

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Навчально-науковий інститут «Українська інженерно-педагогічна академія»
Кафедра маркетингу та торговельного підприємництва

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

бакалавра

на тему:

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

(тема кваліфікаційної роботи)

Виконала: студентка IV курсу, групи МР-21
спеціальності: 075 «Маркетинг» (ОП «Маркетинг»)
(шифр і назва напрямку підготовки, спеціальності)

_____/ Анастасія ЧЕРНЕНКО
(підпис) (ім'я та прізвище)

Керівник _____/ Світлана ШЕПЕЛЕНКО
(підпис) (ім'я та прізвище)

«До захисту допущено»

В.о. завідувача кафедри _____/ Вікторія ЧОБИТОК
(підпис) (ім'я та прізвище)

Перевірка на антиплагіат _____/ Сергій ГОДУНОВ
(підпис) (ім'я та прізвище)

Секретар ЕК _____/ Ірина БЛУДОВА
(підпис) (ім'я та прізвище)

Харків – 2025 рік

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Навчально-науковий інститут «Українська інженерно-педагогічна академія»
Кафедра маркетингу та торговельного підприємництва
Спеціальність 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
д.е.н., проф.
Вікторія ЧОБИТОК

(підпис)

«24» лютого 2025 р.

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу (дипломну роботу)
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
здобувачі Анастасії ЧЕРНЕНКО

1. Тема: «Формування ефективної системи управління рентабельністю підприємства» затверджена наказом по навчально-науковому інституту № 4801-5/925 від «11» квітня 2025 р.
2. Термін здачі закінченої роботи: «10» травня 2025 р.
3. Вихідні дані до роботи: Закони України, Постанови Верховної Ради, Постанови Кабінету Міністрів, теоретичні та практичні розробки вітчизняних та зарубіжних авторів за темою роботи, періодичні видання, статистичні дані, фінансова та статистична звітність підприємства, внутрішня документація.
4. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити): теоретичні основи формування системи управління рентабельністю; аналіз рентабельності підприємства ФОП «БЛОНД»; шляхи вдосконалення управління рентабельністю на підприємстві ФОП «БЛОНД»
5. Перелік графічного матеріалу (презентаційний матеріал):
1 – Структурно-логічна схема: об'єкт, предмет, мета, завдання, практичне значення дослідження; 2-3 – Визначення поняття «рентабельність» в економічній літературі та факторів впливу; 4 – Теоретичні підходи до побудови ефективної системи управління рентабельністю; 5 – Механізм ефективного управління рентабельністю підприємства; 6 – Організаційна структура та стратегії розвитку торговельної діяльності щодо отримання прибутку ФОП «БЛОНД»; 7-8 – Аналіз динаміки техніко-економічних показників та рентабельності ФОП «БЛОНД» за 2022-2024 рр.; 9-11 – Рекомендації та пропозиції щодо удосконалення системи управління рентабельністю підприємства ФОП «БЛОНД».

6. Консультант:

Розділ	Консультант	Підпис, дата		Оцінка (бали)
		Завдання видав	Завдання прийняв	
	не передбачено			

7. Дата видачі завдання: «24» лютого 2025 р.

Керівник:

_____ Світлана ШЕПЕЛЕНКО
(підпис)

Завдання прийняла до виконання:

_____ Анастасія ЧЕРНЕНКО
(підпис)

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН-ГРАФІК
виконання кваліфікаційної роботи
(дипломної роботи)**

№ з/п	Назва етапів роботи та питань, які мають бути розроблені відповідно до завдання	Термін виконання	Позначки керівника про виконання завдань
1	Систематизація матеріалів про діяльність об'єкту дослідження	24.02.2025 р.	
2	Вивчення теоретичного матеріалу, написання першого розділу роботи	10.03.2025 р.	
3	Аналіз діяльності об'єкту дослідження, написання другого розділу	24.03.2025 р.	
4	Розробка та написання рекомендаційної частини роботи	14.04.2025 р.	
5	Завершення вступу та висновків, формування анотації, впорядкування списку літератури	28.04.2025 р.	
6	Перевірка на антиплагіат	05.05.2025 р.	
7	Оформлення дипломної роботи та представлення її на кафедрі	10.05.2025 р.	

Здобувачка

_____ Анастасія ЧЕРНЕНКО
(підпис)

Перевірка на антиплагіат

_____ Сергій ГОДУНОВ
(підпис)

АНОТАЦІЯ

Черненко А. С. Формування ефективної системи управління рентабельністю підприємства. – Рукопис. Бакалаврська кваліфікаційна робота зі спеціальності 075 *Маркетинг*. – ННІ «Українська інженерно-педагогічна академія» Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – Харків, 2025. – 65 с.

Бакалаврська кваліфікаційна робота присвячена теоретичним та практичним засадам формування ефективної системи управління рентабельністю. Досліджено сутність, значення та фактори впливу на рентабельність підприємства. Визначено теоретичні підходи та принципи побудови системи управління рентабельністю. Охарактеризовано організаційно-економічну структуру підприємства ФОП «БЛОНД» та його діяльності. Проаналізовано показники рентабельності підприємства та здійснено оцінку ефективності діючої системи управління. Надано рекомендації щодо здійснення заходів з підвищення рентабельності підприємства. Надано пропозиції щодо удосконалення організаційно-економічного механізму управління рентабельністю торговельного підприємства.

Результати розробок можуть бути застосовані у практичній діяльності підприємств.

Ключові слова: рентабельність, прибуток, система управління, аналіз, оцінка, торговельне підприємство, організаційно-економічний механізм управління.

ANNOTATION

Chernenko A. S. Formation of an effective system for managing the profitability of an enterprise. – Manuscript. Bachelor's qualification thesis on specialty 075 *Marketing*. – NNI «Ukrainian Engineering and Pedagogical Academy» of Kharkiv National University named after V.N. Karazin. – Kharkiv, 2025. – 65 p.

The bachelor's qualification work is devoted to the theoretical and practical principles of forming an effective profitability management system. The essence, significance and factors influencing the profitability of the enterprise are studied. Theoretical approaches and principles of building a profitability management system are determined. The organizational and economic structure of the enterprise FOP «BLOND» and its activities are characterized. The profitability indicators of the enterprise are analyzed and the effectiveness of the current management system is assessed. Recommendations are given for implementing measures to increase the profitability of the enterprise. Proposals are given for improving the organizational and economic mechanism for managing the profitability of a trading enterprise.

The results of the developments can be applied in the practical activities of enterprises.

Keywords: profitability, profit, management system, analysis, assessment, commercial enterprise, organizational and economic management mechanism.

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ.....	8
1.1 Сутність, значення та фактори впливу на рентабельність підприємства.....	8
1.2 Теоретичні підходи та принципи побудови системи управління рентабельністю.....	15
ВИСНОВКИ ДО 1 РОЗДІЛУ.....	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ФОП «БЛОНД»	23
2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства та його діяльності	23
2.2 Аналіз показників рентабельності підприємства та оцінка ефективності діючої системи управління	29
ВИСНОВКИ ДО 2 РОЗДІЛУ	36
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ ФОП «БЛОНД».....	37
3.1 Розробка заходів з підвищення рентабельності підприємства.....	37
3.2 Удосконалення організаційно-економічного механізму управління рентабельністю торговельного підприємства.....	45
ВИСНОВКИ ДО 3 РОЗДІЛУ	52
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	59
ДОДАТКИ.....	64

ВСТУП

В умовах сьогодення економічна діяльність підприємств України, незалежно від їхньої галузевої приналежності чи форми власності, вимагає постійного пристосування до зовнішніх умов ринкової конкуренції та нестабільного цифрового середовища. До основних зовнішніх викликів можна віднести високі темпи інфляції, коливання валютних курсів, глобалізаційні процеси, політичну нестабільність та наслідки воєнних подій. Вищезазначене змушує бізнес не лише демонструвати гнучкість у прийнятті управлінських рішень, а й забезпечувати фінансову стійкість власної діяльності. При цьому важливу роль у досягненні стійкого розвитку відіграє ефективність діяльності підприємства, основним показником якої є рентабельність. Саме тому особливо актуальним є ґрунтовне дослідження підходів до формування ефективної системи управління рентабельністю як на теоретичному, так і на практичному рівні.

Метою дослідження є обґрунтування пропозицій щодо формування ефективної системи управління рентабельністю підприємства.

Для досягнення вищезазначеної поставленої мети необхідно вирішити наступне коло питань, що сформовані у вигляді завдань дослідження:

- дослідити сутність, значення та фактори впливу на рентабельність підприємства;
- визначити теоретичні підходи та принципи побудови системи управління рентабельністю;
- охарактеризувати організаційно-економічну структуру підприємства ФОП «БЛОНД» та його діяльності;
- проаналізувати показники рентабельності підприємства та здійснити оцінку ефективності діючої системи управління;
- надати рекомендації щодо здійснення заходів з підвищення рентабельності підприємства;
- надати пропозиції щодо удосконалення організаційно-економічного механізму управління рентабельністю торговельного підприємства.

Об'єктом дослідження є процеси формування ефективної системи управління рентабельністю підприємства. Предметом дослідження є методика аналізу формування ефективної системи управління рентабельністю підприємства ФОП «БЛОНД».

Теоретичні та методичні аспекти формування ефективної системи управління рентабельністю підприємства розглядаються в наукових працях провідних вітчизняних науковців: Амельченко Т., Чайлякової Д., Атамаса П., Атамаса О., Бердара М., Гавалешко С. В., Гаватюка Л. С., Пілата А. К., Дронової А. Ю., Каминського П.Д., Коваль О.А., Колісника О., Томша А., Кривицької О.Р., Купира М.І., Шейко Ю.О., Климчука О.А., Мілька А. І., Назаренко І.Ф., Павлюка І.О., Панченко І. та інші.

Інформаційною базою дослідження є законодавчо-нормативне забезпечення управління рентабельністю підприємства, монографії, підручники, статті вітчизняних і зарубіжних вчених з питань теорії, методики й організації аналізу рентабельності, опубліковані в періодичних фахових виданнях і збірниках наукових праць, матеріали науково-практичних конференцій.

Кваліфікаційна робота виконується на основі фінансової звітності підприємства у формі Фізичної особи-підприємця «БЛОНД», яке займається роздрібною торгівлею з лотків і на ринках.

Методи дослідження роботи є комплексне системне вивчення методики аналізу показників рентабельності підприємства на основі фінансової звітності за допомогою групування, порівняння, синтезу, моделювання, дедукції, індукції, економічного аналізу, фінансового аналізу, статистичного методу.

Елементи наукової новизни одержаних результатів полягають в обґрунтуванні методичних та організаційних положень аналізу формування ефективної системи управління рентабельністю підприємства. Очікується, що отримані результати дослідження дозволять більш ефективно організувати та проводити аналіз рентабельності, що призведе до зростання ефективності фінансового управління прибутком підприємства.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ

1.1. Сутність, значення та фактори впливу на рентабельність підприємства

Рентабельність (від нім. *rentabel* – прибутковий) – це показник, що характеризує економічну ефективність діяльності підприємства. Вона всебічно відображає рівень використання матеріальних, трудових та фінансових ресурсів.

Рентабельність – це узагальнюючий показник ефективності діяльності підприємства, який відображає співвідношення отриманого прибутку до витрат або ресурсів, що були залучені для його отримання. Вона характеризує, наскільки вигідною є діяльність підприємства, тобто яку частину прибутку отримують на одиницю вкладених коштів (активів, власного капіталу, витрат тощо).

Значення рентабельності:

- оцінка ефективності діяльності підприємства – показує, наскільки результативно використовуються ресурси;
- інструмент планування та контролю – допомагає визначати слабкі місця в структурі витрат і доходів;
- основний критерій інвестиційної привабливості – важливий для потенційних інвесторів і кредиторів;
- база для стратегічних рішень – дозволяє обґрунтовано формувати цілі, стратегію та політику розвитку підприємства.

Відповідно до значення та ролі рентабельності діяльності підприємства серед вчених-науковців немає єдиної думки і є різні визначення поняття «рентабельності», що наочно наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Визначення поняття «рентабельність» в економічній літературі

Автори 1	Визначення поняття 2
Агапова М.В.	Рентабельність – це відносний індикатор, що характеризує результативність діяльності підприємства. У загальному вигляді вона визначається як співвідношення отриманого прибутку до понесених витрат.
Білик М.Д.	Рентабельність відображає підсумкові результати діяльності підприємства, оскільки показує, наскільки ефективно використовуються наявні або залучені ресурси для отримання прибутку.
Гавалешко С.В.	Рентабельність – це міра прибутковості бізнесу, що визначається як відношення прибутку до витрат або використаних ресурсів.
Горлачук В.В., Яненко І.Г.	Рентабельність – це відносний показник ефективності виробництва, що відображає норму прибутку, розраховану як співвідношення прибутку до витрат.
Дронова А.Ю.	Рентабельність – це відносний показник інтенсивності виробництва, що відображає рівень окупності або прибутковості окремих елементів виробничого процесу чи загальних витрат підприємства.
Коробов М.Я.	Рентабельність – це характеристика прибутковості чи доходності виробництва та реалізації загальної продукції (робіт, послуг) або її окремих видів.
Непочатенко О.О., Мельничук Н.Ю.	Рентабельність – це співвідношення прибутку та понесених витрат, ключовий показник ефективності діяльності підприємств, що характеризує інтенсивність їхньої роботи.
Прохоровський В.С., Поддєрьогіна А.Н.	Рентабельність – це показник відносного характеру, що відображає ступінь прибутковості підприємства та визначається у процентному вираженні.
Тєшева Л.В., Титаренко В. В.	Рентабельність – це фінансовий стан підприємства, за якого її доходи від продажів достатні для покриття всіх витрат, пов'язаних з виробництвом та збутом продукції.
Цал-Цалко Ю.С.	Рентабельність – це якісний показник, що відображає вартісну оцінку ефективності використання витрат і виробничих ресурсів підприємства (капіталу, трудових ресурсів тощо) у процесі виготовлення основної продукції, виконання робіт або надання послуг та їх реалізації.
Черниш С.С.	Рентабельність – це не просто розрахунковий чи статистичний показник, а багатогранний соціально-економічний критерій. На відміну від прибутку, вона відображає ефективність фінансової діяльності конкретного економічного суб'єкта у порівнянні з іншими – незалежно від масштабів чи виду діяльності, чи то фізичні особи-підприємці, організації, регіони, держави або навіть світ загалом.

Джерело: [6; 7; 9; 10; 22; 34; 45; 46; 47]

Рентабельність тісно пов'язана з формуванням прибутку, проте її не слід прирівнювати до абсолютного значення отриманого прибутку [4, с. 64]. У господарській практиці використовуються такі основні показники рентабельності:

- рентабельність реалізації продукції (відображає прибутковість основної діяльності підприємства, показуючи, який відсоток доходу від реалізації становить прибуток);
- рентабельність активів (демонструє здатність підприємства генерувати прибуток, використовуючи наявні активи, незалежно від джерел їхнього фінансування);
- рентабельність власного капіталу (показує рівень прибутковості, який отримують власники на інвестований ними капітал);
- рентабельність інвестицій (є узагальнюючим показником ефективності всіх видів інвестицій, здійснених підприємством);
- рентабельність діяльності підприємства (узагальнюючий показник ефективності роботи підприємства, який відображає рівень прибутковості по відношенню до певних ресурсів або витрат);
- рентабельність продукції (дозволяє оцінити прибутковість виробництва та збуту окремих видів товарів або послуг, допомагаючи визначити найбільш вигідні з них).

Основним джерелом даних для оцінювання рентабельності діяльності підприємств виступають форми № 1 та № 2 фінансової звітності. Зокрема, у формі № 2 «Звіт про фінансові результати» відображено інформацію про чистий прибуток підприємства та витрати (за видами діяльності й елементами), пов'язані з отриманням доходу й прибутку. Форма № 1 «Баланс» надає відомості про ресурси підприємства, що використовуються для генерування доходів і прибутків. Саме співвідношення прибутку до витрат і ресурсів слугує показником ефективності їх використання, тобто рентабельності.

Завдання аналізу рентабельності підприємства полягають у наступному:

- перевірка ступеня виконання запланованих чи прогнозних показників;
- аналіз змін динаміки рентабельності за певний період;
- виявлення причин і факторів, що впливають на зміни рівня рентабельності;
- пошук внутрішніх резервів для підвищення рентабельності;
- розроблення заходів для ефективного використання знайдених резервів.

Показники рентабельності відображають загальну ефективність функціонування підприємства, прибутковість окремих видів діяльності та рівень окупності витрат. Вони дають більш комплексну оцінку результатів господарської діяльності, ніж просто прибуток, оскільки демонструють співвідношення отриманого ефекту до залучених або використаних ресурсів.

Показники рентабельності виступають важливими характеристиками факторного середовища, що впливає на формування прибутку підприємства. Саме тому вони є невід'ємною частиною порівняльного аналізу та оцінювання фінансового стану підприємства [8].

Під час розрахунку рентабельності можна застосовувати різні види прибутку, що дає змогу оцінити не лише загальну економічну ефективність діяльності підприємства, але й проаналізувати окремі аспекти його роботи.

Показники рентабельності дають змогу оцінити ефективність використання вкладених ресурсів. У сучасній практиці основними групами цих показників є: рентабельність підприємства, рентабельність продукції та рентабельність активів (капіталу) [10].

Різноманіття підходів до визначення прибутку, поточних витрат та авансованої вартості для розрахунку рентабельності зумовлює існування великої кількості її показників.

Роль і важливість показника рентабельності полягає в наступному:

- цей показник виступає одним з важливих критеріїв оцінки ефективності діяльності підприємства;

- зростання рентабельності відображає цілі підприємства в будь-якій галузі на ринковій економіці;
- рентабельність є результативним і високоякісним показником роботи підприємства;
- підвищення рівня рентабельності сприяє зміцненню фінансової стабільності підприємства;
- збільшення рентабельності дозволяє підприємству бути конкурентоспроможним і забезпечує його виживання на ринку;
- для власників (акціонерів і засновників) рентабельність має велике значення, оскільки її зростання підвищує інтерес до підприємства і збільшує ціну акцій;
- для кредиторів і позичальників рівень рентабельності важливий з точки зору можливості отримання відсотків за зобов'язаннями, зменшення ризиків неповернення позик і забезпечення платоспроможності підприємства;
- динаміка рентабельності аналізується податковими органами, фондовими біржами та урядовими структурами;
- для підприємців показник рентабельності служить характеристикою привабливості бізнесу у конкретній галузі [14].

У практичній діяльності українських підприємств одним з найбільш розповсюджених індикаторів є рівень рентабельності, що визначається як співвідношення між отриманим прибутком та повною собівартістю реалізованої продукції. Даний показник кількісно відображає величину прибутку, що припадає на кожну одиницю понесених витрат. Незважаючи на твердження ряду науковців щодо можливості розрахунку відносних показників рентабельності виключно за умов позитивного фінансового результату, подібна методологія є неповною. У випадках фіксації збитків від господарської діяльності важливим є також визначення рівня збитковості, що дозволяє оцінити величину збитків у розрахунку на одиницю витрачених коштів. Аналіз рівня рентабельності або збитковості може здійснюватися як за окремими видами продукції, так і за галузями або підприємством в цілому.

Відносно показника рівня рентабельності слід зазначити його важливість для ідентифікації не лише фінансового результату (прибутку або збитку), але й ефективності управління фінансовими ресурсами. В сучасних економічних умовах України, що характеризуються кризовими явищами, спостерігається виражена тенденція до зниження рівня рентабельності виробничої діяльності, що є індикатором збитковості значної кількості суб'єктів господарювання. У зв'язку з цим, досягнення підприємством точки беззбитковості є сигналом для необхідності перегляду існуючої стратегії з метою створення передумов для отримання прибутку та забезпечення рентабельності.

Істотним чинником, що обумовлює рівень рентабельності підприємства, виступає рівень реалізаційних цін на його продукцію. Неоптимальне ціноутворення створює бар'єри для формування прибутку та подальшого зростання рентабельності. Виділимо наступні зовнішні та внутрішні фактори, що впливають на рентабельність підприємства (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Фактори, що впливають на рентабельність підприємства

Група факторів	Приклади факторів
1	2
Виробничі	Рівень використання потужностей, собівартість, продуктивність праці, ефективність ресурсів
Фінансово-економічні	Структура витрат, ціноутворення, обсяг реалізації, структура капіталу, позикові кошти
Зовнішні	Конкуренція, державне регулювання, економічна ситуація, валютний курс
Організаційно-управлінські	Якість менеджменту, стратегія розвитку, інновації, кадрова політика

Джерело: сформовано автором на базі [44]

В економіці України спостерігається недостатня кореляція між процесами ціноутворення та динамікою виробництва, реалізації, а також кон'юктурою ринку (попитом і пропозицією). Внаслідок цього, порівняння

показників рентабельності різних видів продукції може не відображати їхньої дійсної економічної ефективності.

Таким чином, існує потреба в тому, щоб ціни на продукцію, що виробляється підприємством, максимально адекватно відображали суспільно необхідний рівень витрат на її створення. При визначенні рентабельності використовуються різні класифікації прибутку, що надає можливість аналізувати вплив інших складових доходів і витрат, а також прибутків і збитків від неосновної діяльності.

Рентабельність являє собою важливий якісний індикатор вартості, який дає змогу оцінити, наскільки ефективно підприємство використовує свої витрати та наявні ресурси для виробництва та реалізації товарів, виконання робіт або надання послуг. По суті, це міра віддачі від вкладених коштів та залучених активів.

Аналіз показників рентабельності є важливим інструментом для визначення ефективності інвестування в підприємство та оцінки раціональності управління його ресурсами. Завдяки цьому аналізу можна отримати чітке розуміння того, наскільки прибутково працює суб'єкт господарювання та наскільки ефективно використовуються його активи для створення вартості.

Аналізуючи стратегії підвищення рентабельності, слід враховувати поділ факторів на зовнішні та внутрішні, оскільки вони мають різну природу та механізми впливу. Важливо розуміти, що такі важливі економічні параметри, як ціна на готову продукцію та використані ресурси, обсяги залучених ресурсів та випущеної продукції, отриманий від реалізації прибуток і показник рентабельності продажів, є взаємопов'язаними та утворюють єдину функціональну систему.

1.2. Теоретичні підходи та принципи побудови системи управління рентабельністю

Для успішного результату та сталого розвитку підприємства є постійне поліпшення його фінансових показників, де особливе місце займає ефективна система управління рентабельністю. Саме цей показник слугує важливим індикатором, що відображає дієвість фінансово-економічного механізму та здатність підприємства генерувати прибуток в умовах інтенсивної ринкової боротьби. Ефективне управління рентабельністю не просто максимізує прибуток, але й забезпечує стійкість, конкурентоздатність та подальший розвиток підприємства.

У розвинених економіках для комплексної оцінки ефективності діяльності підприємств поряд з традиційними показниками рентабельності важливе місце займають рентабельність продажів та рентабельність капіталу. Рентабельність продажів є цінним інструментом, що дозволяє визначити частку прибутку в кожному отриманому грошовому потоці від реалізації продукції. Незважаючи на це, в Україні даний показник поки не отримав належного поширення, проте дискусії щодо його доцільності велися. З іншого боку, рентабельність капіталу, яка відображає ефективність використання всього інвестованого капіталу, є більш використовуваною метрикою серед українських підприємств. Подальше впровадження та інтеграція рентабельності продажів в аналітичну практику українських підприємств дозволить отримати більш повну інформацію їхньої фінансової стійкості та операційної ефективності, наблизивши стандарти аналізу до міжнародних. Вважаємо, що рентабельність продажів та рентабельність капіталу є важливими показниками в системі управління рентабельністю підприємства в цілому.

В основі побудови ефективної системи управління рентабельністю лежать наступні теоретичні підходи, які наведено у табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Теоретичні підходи до побудови ефективної системи управління рентабельністю

Теоретичні підходи 1	Характеристика 2
Вартісно-орієнтоване управління (Value – Based Management – VBM)	Цей підхід розглядає рентабельність як один із важливих факторів, що впливають на вартість підприємства для акціонерів. Управління рентабельністю в рамках VBM спрямоване на максимізацію довгострокової вартості шляхом прийняття рішень, які підвищують прибутковість інвестованого капіталу та генерують позитивні грошові потоки. Основні інструменти VBM включають аналіз економічної доданої вартості (EVA), ринкової доданої вартості (MVA) та інших показників, що враховують вартість капіталу.
Ресурсний підхід (Resource –Based View – RBV)	Згідно з цим підходом, стійка конкурентна перевага та висока рентабельність підприємства залежать від наявності унікальних, цінних, рідкісних та важко відтворюваних ресурсів і компетенцій. Управління рентабельністю з позиції RBV передбачає ідентифікацію, розвиток та ефективне використання важливих ресурсів і компетенцій для оптимізації витрат, підвищення якості продукції та послуг, а також для створення унікальної цінності для споживачів.
Стратегічний підхід	Цей підхід розглядає управління рентабельністю в контексті загальної стратегії підприємства. Рентабельність є не самоціллю, а результатом успішної реалізації обраної стратегії, яка може бути спрямована на лідерство за витратами, диференціацію або фокусування. Управління рентабельністю в рамках стратегічного підходу передбачає узгодження тактичних рішень щодо управління витратами, ціноутворення, асортиментної політики та іншими факторами з обраною стратегією для досягнення стійкої високої прибутковості.
Операційний підхід	Цей підхід фокусується на оптимізації операційних процесів для підвищення рентабельності. Він включає в себе управління витратами на виробництво, логістику, маркетинг та збут, підвищення продуктивності праці, впровадження технологічних інновацій та покращення якості продукції та послуг. Операційний підхід часто використовує такі інструменти, як Lean Manufacturing, Six Sigma та інші методи управління якістю та ефективністю.
Фінансовий підхід	Цей підхід розглядає рентабельність з точки зору фінансових показників та їхнього взаємозв'язку. Управління рентабельністю в рамках цього підходу передбачає аналіз основних фінансових коефіцієнтів рентабельності (продажів, активів, власного капіталу тощо), виявлення факторів, що на них впливають, та розробку заходів для їхнього покращення. Важливим елементом є також управління структурою капіталу та фінансовими ризиками.

Джерело: сформовано автором за [8; 15; 20; 29]

Ефективна система управління рентабельністю повинна базуватися на наступних принципах:

1. Цілеспрямованість – система повинна бути орієнтована на досягнення конкретних, вимірюваних, досяжних, релевантних та обмежених у часі (SMART) цілей щодо рентабельності на різних рівнях управління (підприємство в цілому, бізнес-одиниці, продукти, клієнти тощо).

2. Системність – управління рентабельністю має бути інтегровано в загальну систему управління підприємством, охоплюючи всі важливі бізнес-процеси та функціональні підрозділи. Воно повинно враховувати взаємозв'язок між різними факторами, що впливають на прибутковість.

3. Комплексність – система управління рентабельністю повинна охоплювати всі аспекти діяльності підприємства, що впливають на його прибутковість, включаючи управління доходами (ціноутворення, асортиментна політика, управління клієнтськими відносинами), управління витратами (виробничими, операційними, фінансовими), управління активами та капіталом.

4. Інформаційна забезпеченість – ефективне управління рентабельністю потребує наявності достовірної, своєчасної та релевантної інформації про доходи, витрати, активи, зобов'язання та інші ефективні показники діяльності. Система обліку та звітності повинна забезпечувати можливість аналізу рентабельності в розрізі різних сегментів бізнесу.

5. Аналітичність – система управління рентабельністю повинна включати інструменти для аналізу факторів, що впливають на рентабельність, виявлення резервів її підвищення, прогнозування майбутніх значень та оцінки ефективності впроваджених заходів.

6. Центри відповідальності – у системі управління рентабельністю мають бути чітко визначені центри відповідальності за досягнення встановлених цілей щодо рентабельності на різних рівнях управління.

7. Гнучкість та адаптивність – система управління рентабельністю повинна бути здатною адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі

(ринкова кон'юнктура, дії конкурентів, законодавчі зміни) та внутрішніх умовах діяльності підприємства.

8. Мотивація – ефективна система управління рентабельністю передбачає створення системи мотивації персоналу, яка б заохочувала працівників до прийняття рішень та вжиття заходів, спрямованих на підвищення прибутковості підприємства.

9. Контроль – система управління рентабельністю повинна включати механізми контролю за виконанням планових показників рентабельності, виявленням відхилень та вжиттям коригувальних дій.

10. Постійне вдосконалення – управління рентабельністю є безперервним процесом, який потребує постійного аналізу, оцінки ефективності впроваджених заходів та пошуку нових можливостей для підвищення прибутковості.

На рис. 1.1. схематично наведені вищевикреслені принципи побудови ефективної системи управління рентабельністю підприємства.

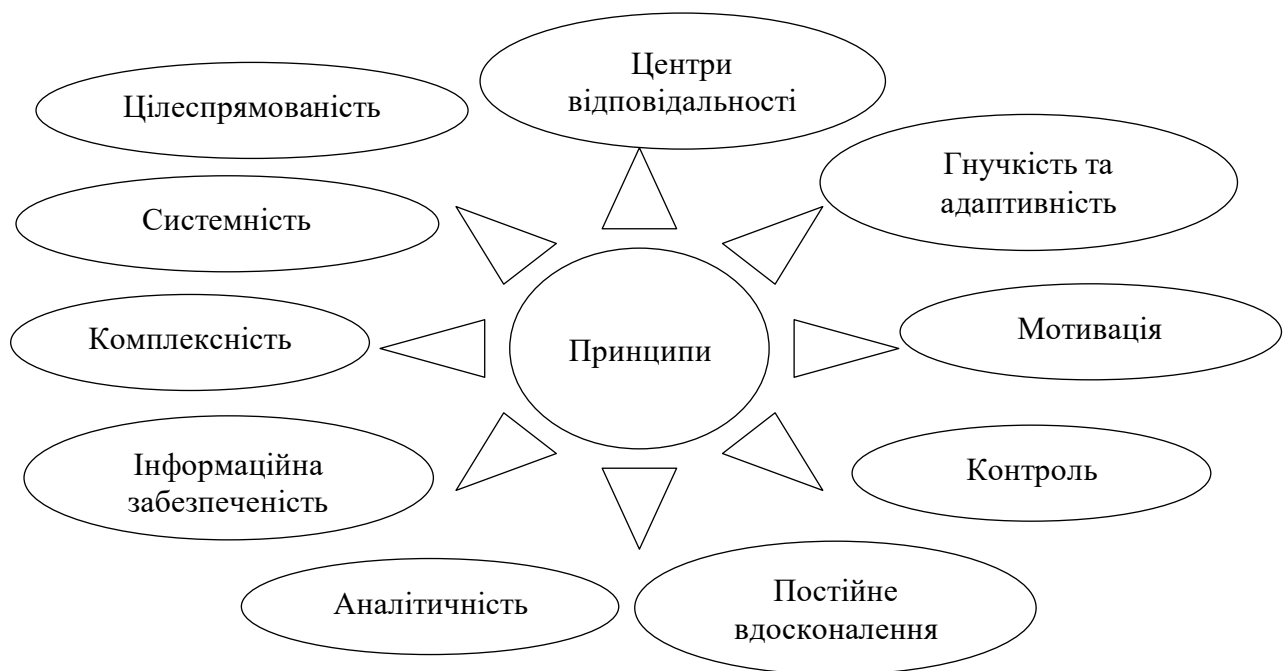


Рис. 1.1. Принципи побудови ефективної системи управління рентабельністю підприємства

Застосування цих теоретичних підходів та принципів дозволяє підприємствам побудувати ефективну систему управління рентабельністю, яка сприятиме підвищенню їхньої фінансової стійкості, конкурентоздатності та зростанню вартості.

Аналіз прибутковості та рентабельності підприємства є важливим інструментом для виявлення закономірностей розвитку, надання керівництву орієнтирів для оптимізації діяльності, вказування на недоліки в управлінні та виявлення потенційних можливостей для збільшення прибутку, що зрештою сприяє більш успішному функціонуванню підприємства.

Рівень рентабельності підприємств визначається низкою важливих факторів, серед яких величина прибутку, обсяг виробленої продукції, витрати на виробництво, вартість основних виробничих фондів та обсяг нормованих обігових коштів.

Значне зростання прибутку та рентабельності забезпечується за рахунок підвищення продуктивності праці, ощадливого використання матеріалів, збільшення ефективності використання основних засобів та впровадження технічного прогресу, зокрема через механізацію та автоматизацію складних виробничих процесів, а також шляхом оптимізації організації виробництва. Максимально повний облік цих факторів є запорукою підвищення ефективності діяльності підприємства [26].

Важливу роль у забезпеченні стабільного зростання прибутку та рентабельності відіграє якісне планування. Процес планування прибутку та рентабельності передбачає глибокий аналіз попередніх фінансових та виробничих результатів і спрямований на досягнення оптимального балансу між кількісними та якісними показниками плану виробництва, виконання робіт, їхньої собівартості та зменшення неефективних витрат.

Механізм управління рентабельністю підприємства є складовою загальної системи управління, забезпечує цілеспрямований вплив на основні фактори, що визначають кінцевий результат діяльності підприємства (рис. 1.2).

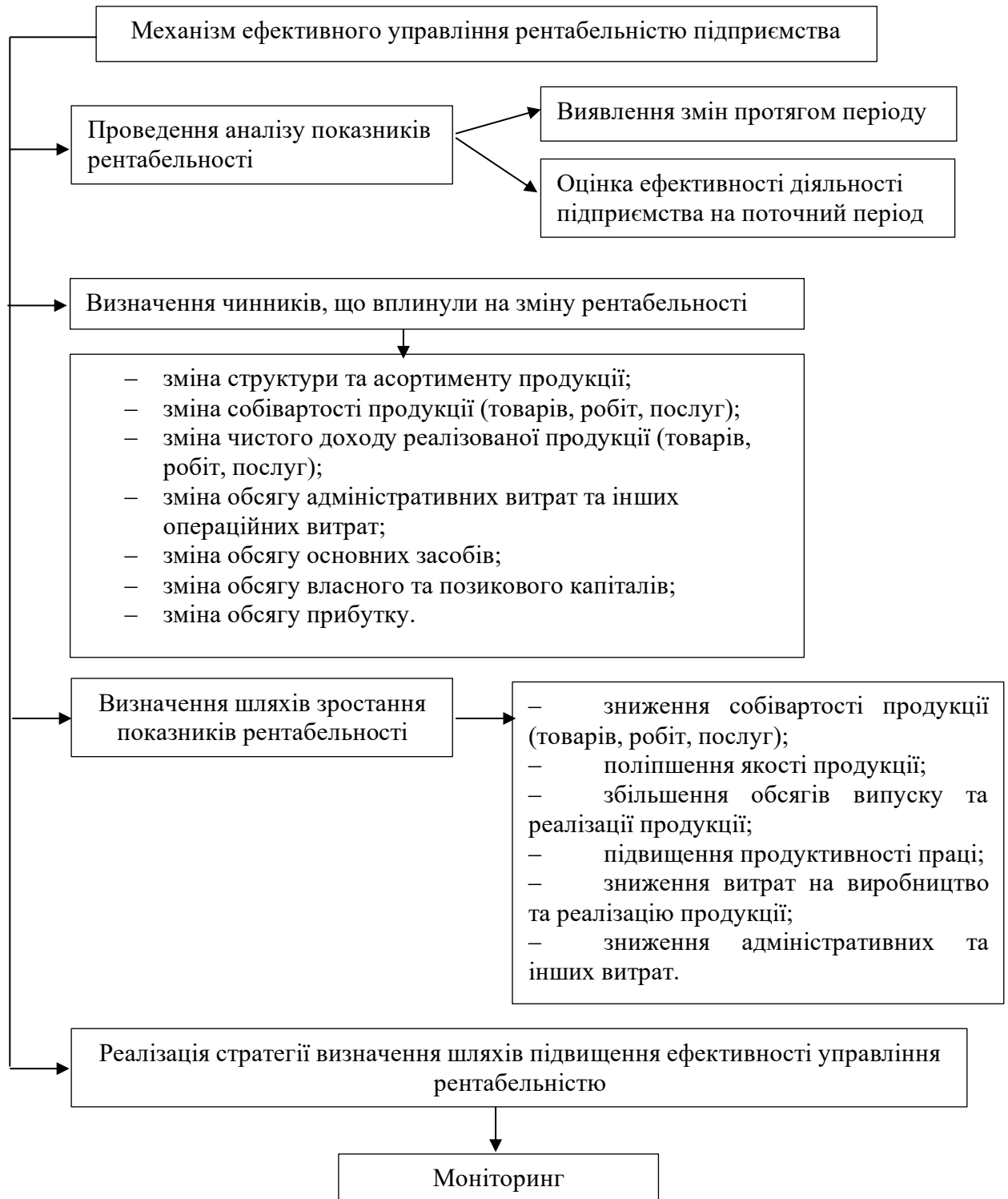


Рис. 1.2. Механізм ефективного управління рентабельністю підприємства
Джерело: [8]

Для ефективного формування механізму управління рентабельністю підприємства необхідний комплексний підхід, що передбачає кілька послідовних етапів. Насамперед, слід ретельно ідентифікувати та охарактеризувати важливі складові цього механізму, включаючи

організаційну структуру управління, інформаційні потоки, методи аналізу, інструменти планування та контролю.

Наступним важливим етапом є проведення глибокого та всебічного аналізу рентабельності підприємства за попередні періоди. Цей аналіз має охоплювати як загальні показники рентабельності (активів, власного капіталу, продажів), так і більш детальні розрахунки рентабельності окремих видів продукції, центрів відповідальності тощо.

На основі проведеного аналізу необхідно виявити та детально проаналізувати фактори, які мали істотний вплив на динаміку показників рентабельності. Ці фактори можуть бути як внутрішніми (ефективність використання ресурсів, рівень витрат, цінова політика), так і зовнішніми (ринкова кон'юнктура, дії конкурентів, макроекономічні умови).

Після виявлення основних факторів слід перейти до розробки конкретних та обґрунтованих шляхів підвищення рентабельності. Ці шляхи можуть включати оптимізацію витрат, збільшення обсягів продажів, покращення якості продукції, впровадження інноваційних технологій, ефективніше управління активами тощо.

На критично важливому етапі формування механізму управління рентабельністю підприємству необхідно визначитися з пріоритетним типом стратегії підвищення його показників. Ця стратегія може бути орієнтована на зростання доходів, зниження витрат, оптимізацію використання активів або їх комбінацію, враховуючи специфіку діяльності підприємства, його стратегічні цілі та зовнішнє середовище. Вибір чіткої стратегії дозволить сфокусувати зусилля та ресурси на найбільш перспективних напрямках підвищення рентабельності [23].

Таким чином, процес формування ефективного механізму управління рентабельністю є багатоетапним і вимагає системного підходу, починаючи від аналізу поточного стану та виявлення основних факторів впливу, і закінчуючи розробкою конкретних заходів та визначенням стратегічних пріоритетів для досягнення стійкого зростання прибутковості підприємства.

ВИСНОВКИ ДО 1 РОЗДІЛУ

Дослідження теоретичних основ формування системи управління рентабельністю підприємства, дозволило отримати наступні результати відповідно до поставлених завдань:

1. Досліджено в літературі економічний аспект трактування поняття «рентабельність», що дозволило сформулювати власне визначення категорії: під рентабельністю розуміємо загальну ефективність функціонування підприємства, прибутковість окремих видів діяльності та рівень окупності витрат. Показники рентабельності дають більш комплексну оцінку результатів господарської діяльності, оскільки демонструють співвідношення отриманого ефекту до залучених або використаних ресурсів.

2. Визначено, аналізуючи стратегії підвищення рентабельності, слід враховувати поділ факторів на зовнішні та внутрішні, оскільки вони мають різну природу та механізми впливу. Акцентовано увагу на такі важливі економічні параметри, як ціна на готову продукцію та використані ресурси, обсяги залучених ресурсів та випущеної продукції, отриманий від реалізації прибуток і показник рентабельності продажів, які є взаємопов'язаними та утворюють єдину функціональну систему.

3. Окреслено, що в основі побудови ефективної системи управління рентабельністю лежать наступні теоретичні підходи: вартісно-орієнтоване управління; ресурсний підхід; стратегічний підхід; операційний підхід; фінансовий підхід. Визначено принципи побудови ефективної системи управління рентабельністю підприємства, яка сприятиме підвищенню її фінансової стійкості, конкурентоздатності та зростанню вартості.

4. Досліджено механізм управління рентабельністю підприємства, який є складовою загальної системи управління, забезпечує цілеспрямований вплив на основні фактори, що визначають кінцевий результат діяльності підприємства. Процес формування ефективного механізму управління рентабельністю є багатоетапним і вимагає системного підходу, починаючи від аналізу поточного стану та виявлення основних факторів впливу, і закінчуючи розробкою конкретних заходів та визначенням стратегічних пріоритетів для досягнення стійкого зростання прибутковості підприємства.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ФОП «БЛОНД»

2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства та його діяльності

ФОП «БЛОНД» під керівництвом Блонд Анастасії Сергіївни здійснює роздрібну торгівлю різноманітними товарами з торгових точок, розташованих на ринках та у вигляді переносних об'єктів (лотків або контейнерів). Даний вид торгівлі передбачає продаж обмеженого асортименту товарів з тимчасових споруд. Підприємство було засноване у 2018 році в Харкові та зареєстроване за адресою: 61183, Харківська обл., м. Харків, Салтівський р-н, вул. Дружби народів, буд. **А, кв. **.

Контейнерна (лоткова) торгівля, яку використовує ФОП «БЛОНД», має наступні характеристики, що зумовлюють її переваги та ефективність у певних ситуаціях, а саме серед важливих особливостей:

- мобільність – легкість переміщення контейнера дозволяє адаптуватися до змін попиту або сезонності, а також швидко відкривати нові торгові точки у вигідних місцях з високою прохідністю;
- різноманітний асортимент – незважаючи на обмежений простір, контейнер дозволяє зручно розміщувати товари різних категорій, що користуються стабільним попитом, такі як побутова хімія, господарські товари, дрібна побутова техніка, сезонні товари, канцтовари та дитячі іграшки (детальний перелік представлено у Додатку А, табл. А.1, рис. А.1);
- доступність – завдяки нижчим витратам на оренду та обслуговування порівняно з великими магазинами, контейнерна торгівля забезпечує більш доступні ціни та близькість до покупців у місцях з інтенсивним пішохідним трафіком;

– оперативність реагування на попит – контейнерна форма торгівлі надає можливість швидко коригувати асортимент відповідно до потреб споживачів та актуальних ринкових тенденцій.

ФОП «БЛОНД» отримує наступні переваги: економічна вигідність (використання контейнерів є більш економічно ефективним рішенням порівняно з утриманням стаціонарних магазинів); адаптивність (підприємство має високу гнучкість та здатність швидко реагувати на зміни ринкової кон'юнктури з мінімальними фінансовими ризиками); широке охоплення (розташування торгових точок у різних районах Харкова дозволяє створити розгалужену мережу для забезпечення доступу споживачів до товарів).

Однак, поряд з перевагами, контейнерна форма роздрібної торгівлі для ФОП «БЛОНД» пов'язана з певними обмеженнями та труднощами, серед яких:

- просторові обмеження – невеликий розмір контейнера може створювати складності з розміщенням значних обсягів товарних запасів;
- сезонна залежність – обсяги продажів можуть бути чутливими до змін погодних умов та інтенсивності клієнтського потоку;
- висока конкуренція – у місцях з активною торгівлею існує значний рівень конкуренції;
- юридичні вимоги – підприємству необхідно неухильно дотримуватися місцевих законодавчих норм та правил, що регулюють роздрібну торгівлю.

Контейнерна торгівля надає ФОП «БЛОНД» значні переваги завдяки своїй економічності, мобільності та гнучкості у реагуванні на потреби ринку. Проте, для забезпечення подальшого зростання та успіху бізнесу, підприємству необхідно приділити увагу таким аспектам, як сезонні коливання попиту, оптимізація управління товарними запасами та логістичних процесів, а також стратегічний вибір місць для розміщення торгових контейнерів.

Організаційна структура ФОП «БЛОНД», детально представлена на рисунку 2.1, характеризується чітким розподілом обов'язків між працівниками, що свідчить про ефективну систему управління персоналом. Завдяки такій налагодженій структурі підприємство здатне оперативно реагувати на зміни ринкового середовища, демонструє високу продуктивність праці та забезпечує якість товарів і послуг.

Основними структурними елементами є:

1. Власниця підприємства – Блонд Анастасія Сергіївна: здійснює загальне керівництво, займається стратегічним плануванням, управлінням фінансами, контролем виконання завдань, а також приймає управлінські рішення щодо асортименту та розвитку бізнесу.

2. Адміністративний персонал:

– Менеджер з продажу – відповідає за організацію торгівлі, управління товарними запасами, замовлення, взаємодію з постачальниками, контроль стану торгових точок, аналіз продажів та підготовку звітів для власниці.

– Бухгалтер – веде бухгалтерський облік, контролює фінансові операції, готує фінансову та податкову звітність.

– Юрист – представляє інтереси підприємства, займається укладанням та аналізом договорів, надає юридичні консультації з різних галузей права.

3. Торговельний персонал:

– Продавці-консультанти – обслуговують клієнтів у торгових точках, надають консультації щодо товарів, здійснюють розрахунок та підтримують порядок на лотках.

4. Технічний персонал:

– Логіст – відповідає за доставку товарів від постачальників на склад та до торгових точок, організовує логістичні процеси для своєчасного поповнення запасів.

– ІТ-спеціаліст – забезпечує функціонування системи обліку товарів, підтримує інформаційні системи підприємства, відповідає за безпеку даних та впровадження нових технологій.

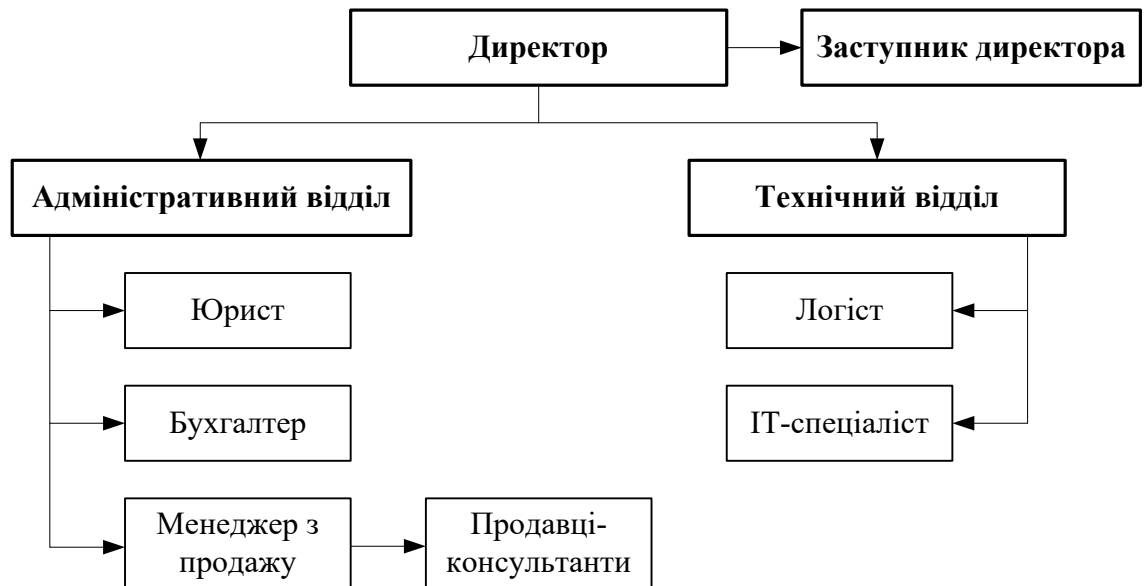


Рис. 2.1. Організаційна структура ФОП «БЛОНД»

ФОП «БЛОНД» зареєстрований як юридична особа, тому має круглу печатку, штамп, власні реквізити, товарний знак, основні й оборотні засоби, окреме майно, самостійний баланс та банківський рахунок. Підприємство має право укладати різноманітні угоди як на території України, так і за її межами. Крім того, на підприємстві сформовано резервний капітал у розмірі 25% від статутного капіталу, який призначений для покриття можливих збитків.

Однією з важливих характеристик діяльності ФОП «БЛОНД» є пряма співпраця з виробниками, що дозволяє обійти посередників. Це забезпечує підприємству значні конкурентні переваги:

– вигідні ціни (відсутність націнок посередників дає змогу пропонувати товари за більш привабливими цінами, залучаючи ширше коло покупців);

- гарантована якість і свіжість (прямі поставки забезпечують кращий контроль якості продукції та скорочують час її доставки, що є важливим для споживачів);
- оптимізована логістика (зменшення кількості ланок у ланцюгу постачання спрощує процес закупівель та мінімізує ризики затримок).

Згідно з фінансовими даними ФОП «БЛОНД» за 2024 рік, середньоденна виручка становить 15 700 грн., що є високим показником та підтверджує стійкий попит на товари магазину. Середня сума однієї покупки складає 360 грн., що вказує на активність покупців та прийнятний середній обсяг їхніх придбань, що є задовільним рівнем для роздрібної торгівлі та свідчить про вдалий асортимент і цінову політику. Щоденна кількість покупців в середньому становить 44 особи, що демонструє стабільний клієнтський потік, особливо враховуючи формат контейнерної торгівлі.

Стратегічними напрямками розвитку підприємства є збільшення середнього чека за рахунок акційних пропозицій та продажу супутніх товарів, а також залучення нових клієнтів шляхом маркетингових заходів та розширення товарного асортименту.

Завдяки безпосередній роботі з виробниками, ФОП «БЛОНД» вдало зберігає високу конкурентоздатність, пропонуючи привабливі ціни та якісні товари. Стабільні показники середньої виручки та вартості покупки підтверджують дієвість обраної бізнес-моделі. Для подальшого прогресу підприємству слід зосередитися на залученні більшої кількості клієнтів та зміцненні прихильності постійних покупців шляхом впровадження відповідних стратегій.

Головна мета діяльності ФОП «БЛОНД» полягає в отриманні прибутку через забезпечення юридичних та фізичних осіб різноманітним асортиментом товарів, що відповідає їхнім потребам. Для досягнення цієї мети підприємство впроваджує стратегії, детально описані в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Стратегії розвитку торговельної діяльності щодо отримання прибутку**ФОП «БЛОНД»**

Стратегії розвитку торговельної діяльності	Реалізація стратегії
1	2
Розширення асортименту та оптимізація товарної пропозиції	– аналіз поточної товарної лінійки (аналіз товарів, які приносять найбільший прибуток, мають низький попит, проте можуть мати потенціал); – виявлення нових трендів та потреб клієнтів; – розширення асортименту супутніми товарами; – сезонні пропозиції та акції (врахування сезонності попиту та розробка спеціальних пропозицій та акцій для різних періодів року); – робота з постачальниками (оптимізація закупівельних цін та забезпечення стабільності поставок).
Підвищення ефективності продажів	– оптимізація роздрібної точки (привабливе оформлення вітрини; зручне розташування товарів, що сприяє збільшенню середнього чека; забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів); – розвиток онлайн-торгівлі (створення власного інтернет-магазину або використання існуючих онлайн-платформ; забезпечення зручного інтерфейсу, якісних фотографій товарів та детальних описів; оптимізація процесу замовлення та доставки); – використання соціальних мереж (активне ведення сторінок у соціальних мережах для залучення нових клієнтів та підтримки зв'язку з існуючими; публікація цікавого контенту, проведення конкурсів та розіграшів; використання таргетованої реклами); – програми лояльності та знижки для постійних клієнтів; – персоналізація пропозицій.
Оптимізація витрат	контроль за витратами; ефективне управління запасами (ведення системи обліку товарів); використання програмного забезпечення автоматизації обліку, продажів товарів.
Маркетинг та залучення клієнтів	визначення та сегментація цільової аудиторії; розробка унікальної торгової пропозиції; використання різних каналів комунікації; участь у місцевих заходах та ярмарках; збір відгуків клієнтів та їх використання для покращення роботи.
Аналіз та контроль	регулярний аналіз фінансових показників; аналіз ефективності маркетингових кампаній

ФОП «БЛОНД» займається продажем своєї продукції, при цьому всі фінансові операції проводяться згідно з діючим законодавством. Ціни на товари встановлюються безпосередньо ФОП «БЛОНД» на основі таких факторів: собівартість закупівлі у виробників, поточний ринковий попит, ціни конкурентів у даному сегменті, а також характеристики товарів, важливі для споживачів (якість, бренд, сезонність). При укладанні угод з партнерами ціни можуть визначатися окремими договірними домовленостями.

ФОП «БЛОНД» здійснює безготівкові розрахунки через банківські установи згідно з чинними правилами. Підприємство використовує банківські рахунки для проведення фінансових операцій з юридичними особами та постачальниками, забезпечуючи перекази відповідно до законодавчих вимог, включаючи податкову звітність. Розрахунки готівкою проводяться з урахуванням встановлених законодавством України лімітів та процедур оформлення.

Основний успіх ФОП «БЛОНД» у досягненні прибутковості забезпечується завдяки якісно налагодженим бізнес-процесам, здатності швидко адаптуватися до потреб клієнтів та формуванню таких конкурентних переваг, як висока якість товарів за прийнятними цінами. Завдяки цьому підприємство не тільки стабільно отримує прибуток, але й активно розширює коло своїх клієнтів, забезпечуючи сталий економічний розвиток.

2.2. Аналіз показників рентабельності підприємства та оцінка ефективності діючої системи управління

Аналіз рентабельності є важливим інструментом для оцінки ефективності діяльності підприємства, оскільки він показує, наскільки прибутково використовуються наявні ресурси, такі як активи, власний капітал або обсяг продажів. Ці показники допомагають інвесторам, кредиторам та керівництву зрозуміти здатність підприємства генерувати прибуток та контролювати витрати, виявляти тенденції у фінансовій діяльності,

порівнювати власні результати з конкурентами та приймати обґрунтовані управлінські рішення для підвищення фінансової стійкості та зростання вартості бізнесу. Фінансове становище підприємства є результатом усієї його операційної діяльності. Об'єктивну оцінку забезпечує комплекс техніко-економічних показників, динаміку яких за 3 роки наведено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Техніко-економічні показники ФОП «БЛОНД»

Найменування показника	Роки			Абсолютна зміна		Відносна зміна, %	
	2022	2023	2024	2023/ 2022	2024/ 2022	2023/ 2022	2024/ 2022
1	2	3	4	5	6	7	8
Обсяг реалізованої продукції, грн.	3450750	4160347	4377015	709597	926265	20,56	26,84
Собівартість товарної продукції, грн.	2500500	2973565	3118010	473065	617510	18,92	24,7
Валовий прибуток, грн.	950250	1186782	1259005	236532	308755	24,89	32,49
Чистий прибуток, грн.	545000	798400	898045	253400	353045	46,5	64,78
Середньорічна вартість основних засобів, грн.	2530450	2760280	2904610	229830	374160	9,08	14,79
Середньорічна вартість оборотних активів, грн.	2107090	2369010	2409800	261920	302710	12,43	14,37
Середньорічна вартість необоротних активів, грн.	1030450	1109700	1340070	79250	309620	7,69	30,05
Чисельність ПВП, осіб	13	18	25	5	12	38,46	92,31
Річний фонд зарплати, грн.	1714200	2575200	3124000	861000	1409800	50,23	82,24
Коефіцієнт ліквідності	1,4	1,58	1,71	0,18	0,31	12,86	22,14

*Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства
ФОП«БЛОНД»*

Аналіз техніко-економічних показників діяльності підприємства за 2022-2024 роки свідчить про позитивну динаміку розвитку за основними напрямками: обсяг реалізованої продукції демонструє стабільне зростання протягом усього періоду (на 20,56 % у 2023 році та на 26,84 % у 2024 році порівняно з 2022 роком), що свідчить про збільшення попиту на продукцію підприємства або розширення ринків збуту.

Спостерігається позитивна динаміка до зростання собівартості товарної продукції, проте темпи є нижчими за темпи зростання обсягу реалізації (18,92% та 24,7 % відповідно). Ця позитивна тенденція свідчить про потенційне збільшення ефективності реалізації та управління закупівельними цінами. Як наслідок, валовий прибуток демонструє значне зростання (на 24,89 % та 32,49 %), що є прямим результатом збільшення обсягів продажів та відносно стриманого зростання собівартості.

Чистий прибуток показує найвищі темпи зростання (на 46,5% у 2023 році та 64,78% у 2024 році), що показує про ефективне управління не лише собівартістю, але й іншими операційними та неопераційними витратами, а також про позитивний вплив податкового навантаження.

Основні засоби підприємства у 2023 році порівняно з минулим роком зросли на 9,08 % та у 2024 році на 14,79 %, відповідно це пов'язано з розширенням потужностей, що в подальшому може сприяти зростанню обсягів продажів товарів. Оборотні активи показують зростання (на 12,43 % та 14,37 %), що є необхідним для забезпечення зростаючих обсягів реалізації та підтримання операційної діяльності. Зростання необоротних активів є більш значним у 2024 році (30,05%), що вказує на здійснення значних інвестицій у довгострокові активи підприємства.

Коефіцієнт ліквідності демонструє позитивну динаміку, зростаючи протягом усього періоду (на 12,86 % та 22,14 %), що свідчить про покращення здатності підприємства своєчасно погашати власні короткострокові зобов'язання.

На основі аналізу техніко-економічних показників можна зробити висновок про позитивний розвиток підприємства ФОП «БЛОНД» протягом 2022-2024 років:

- зростання обсягів діяльності – збільшення обсягу реалізованої продукції свідчить про розширення бізнесу;
- підвищення прибутковості – темпи зростання прибутку значно випереджають темпи зростання собівартості та обсягу реалізації, що вказує на зростання ефективності діяльності;
- зміцнення фінансової стійкості – зростання коефіцієнта ліквідності свідчить про покращення платоспроможності підприємства;
- інвестиції в розвиток – зростання основних засобів та необоротних активів свідчить про інвестиції в майбутнє зростання;
- збільшення персоналу – зростання чисельності персоналу підтверджує розширення потужностей підприємства.

Для подальшого розвитку підприємству ФОП «БЛОНД» пропонуємо надати наступні рекомендації:

- продовжувати моніторинг собівартості (незважаючи на позитивну тенденцію, необхідно постійно контролювати витрати для збереження високої прибутковості);
- аналізувати ефективність використання активів (оцінити віддачу від зростання основних засобів та необоротних активів);
- дослідити причини значного зростання прибутку (виявити основні фактори, що сприяли такому зростанню);
- провести детальніший аналіз ліквідності (оцінити структуру оборотних активів та короткострокових зобов'язань);
- порівняти показники з середньогалузевими значеннями, що дозволить оцінити конкурентоздатність підприємства на ринку.

Підприємство ФОП «БЛОНД» демонструє позитивну динаміку розвитку та має значний потенціал для подальшого зростання. У таблиці 2.3 наведено методику розрахунку та обчислені показники рентабельності ФОП «БЛОНД»

за 2022-2024 роки. На рис. 2.2 наочно представлена динаміка показників рентабельності підприємства за 3 роки.

Таблиця 2.3

Розрахунок показників рентабельності ФОП «БЛОНД»

Найменування показника	Методика розрахунку	2022, %	2023, %	2024, %	Абсолютне відхилення, %	
					2023	2024
1	2	3	4	5	6	7
Рентабельність реалізованої продукції (валової)	Валовий прибуток / Обсяг реалізованої продукції	27,54	28,53	28,76	0,99	0,23
Рентабельність реалізованої продукції (чистої)	Чистий прибуток / Обсяг реалізованої продукції	15,79	19,19	20,52	3,4	1,33
Рентабельність основних засобів	Чистий прибуток / Середньорічна вартість основних засобів	21,54	28,93	30,92	7,39	1,99
Рентабельність оборотних активів	Чистий прибуток / Середньорічна вартість оборотних активів	25,87	33,70	37,27	7,83	3,57
Рентабельність необоротних активів	Чистий прибуток / Середньорічна вартість необоротних активів	52,89	71,95	67,01	19,06	-4,94
Рентабельність власного капіталу	Чистий прибуток / Середньорічна вартість власного капіталу	57,07	83,60	94,04	26,53	10,44

Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства ФОП«БЛОНД»

Відповідно до отриманих результатів щодо показників рентабельності діяльності підприємства, визначено: коефіцієнт рентабельності реалізованої продукції (валової) показує, яка частка доходу від реалізації продукції залишається у підприємства після покриття собівартості цієї продукції, у підприємства ФОП «БЛОНД» зростає протягом періоду, але темпи зростання є незначними (0,99% у 2023 році порівняно з 2022 роком та 0,23% у 2024 році порівняно з 2023 роком), що свідчить про відносну стабільність валової маржі підприємства.

Коефіцієнт рентабельності реалізованої продукції (чистої) показує, яка частка кожної гривні доходу від реалізації продукції залишається підприємству у вигляді чистого прибутку після вирахування абсолютно всіх витрат, пов'язаних з його діяльністю, включаючи собівартість, операційні витрати, фінансові витрати, податки тощо. Рентабельність реалізованої продукції (чистої) ФОП зростає на 3,4% у 2023 році та 1,33% у 2024 році, що вказує на покращення управління операційними та іншими витратами, що призводить до більшої частки чистого прибутку в кожній гривні продажу.

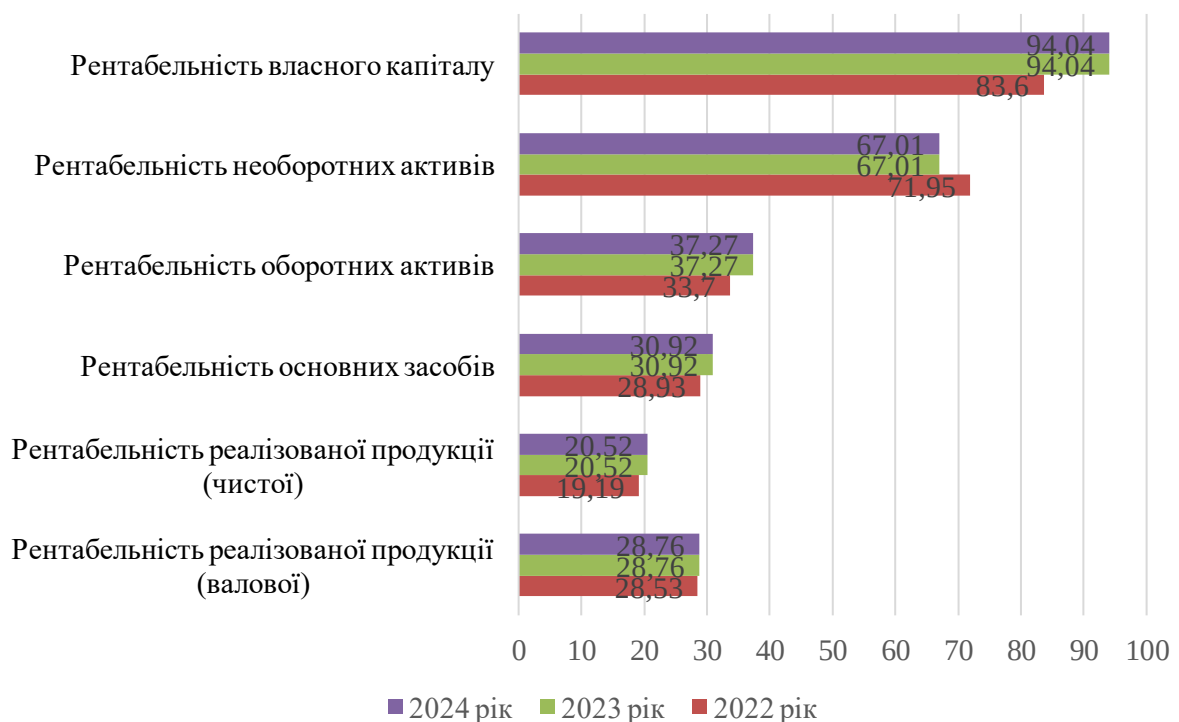


Рис. 2.2. Динаміка показників рентабельності ФОП «БЛОНД» за 2022-2024 рр.

Показники рентабельності використання активів показують позитивну динаміку. Рентабельність основних засобів зросла на 7,39 % у 2023 році та на 1,99 % у 2024 році. Відповідно, рентабельність оборотних активів підприємства зросла на 7,83 % у 2023 році та на 3,57 % у 2024 році. Це свідчить про підвищення ефективності використання як основних, так і оборотних коштів для генерації прибутку.

Рентабельність необоротних активів демонструє значне зростання у 2023 році (на 19,06 %), проте потім спостерігається зниження у 2024 році на 4,94%. Відповідно це пов'язано зі збільшенням вартості необоротних активів (придбанням нових) у 2024 році, яке ще не в повній мірі відобразилося на зростанні чистого прибутку, або іншими факторами, що вплинули на прибутковість використання цих активів.

Найбільш значне зростання спостерігається у рентабельності власного капіталу (на 26,53% у 2023 році та на 10,44% у 2024 році), що свідчить про значне підвищення ефективності використання інвестицій власників для отримання чистого прибутку. Кожен відсоток власного капіталу приносить все більшу віддачу з кожним роком.

Отже, аналіз динаміки рентабельності ФОП «БЛОНД» за 2022-2024 роки є позитивним. Підприємство демонструє зростання ефективності використання більшості власних ресурсів, особливо власного капіталу та оборотних активів. Незначне уповільнення темпів зростання деяких показників у 2024 році не впливає на загальну позитивну тенденцію. Зниження рентабельності необоротних активів у 2024 році потребує визначення причин та розробки відповідних управлінських рішень. В цілому, підприємство ефективно функціонує та обрало оптимальну стратегію управління рентабельністю в напрямку підвищення власної прибутковості та розвитку.

ВИСНОВКИ ДО 2 РОЗДІЛУ

Проведений аналіз рентабельності підприємства ФОП «БЛОНД» дозволив отримати наступні результати відповідно до поставлених завдань:

1. Проаналізовано організаційну структуру ФОП «БЛОНД», що здійснює роздрібну торгівлю різними товарами на ринках та з лотків. Виявлено ефективну організацію з чітким розподілом обов'язків серед працівників, що свідчить про налагоджене управління персоналом. Фінансові дані за 2024 рік показують високий середньоденний виторг у 15 700 грн., що вказує на стабільний попит. Середня вартість покупки становить 360 грн., що є прийнятним для роздрібної торгівлі та свідчить про зацікавленість клієнтів і відповідний асортимент та ціни. Підприємство здійснює реалізацію продукції з дотриманням законодавства, а ціни формуються ФОП «БЛОНД» на основі витрат, попиту, конкуренції та характеристик товарів, або за договірними умовами з контрагентами.

2. Здійснено аналіз техніко-економічних показників та визначено, що спостерігається позитивний розвиток підприємства ФОП «БЛОНД» протягом 2022-2024 років, а саме відбувається збільшення обсягу реалізованої продукції, що свідчить про розширення бізнесу; темпи зростання прибутку значно випереджають темпи зростання собівартості та обсягу реалізації, що вказує на зростання ефективності діяльності; зміцнення фінансової стійкості свідчить про покращення платоспроможності підприємства; зростання основних засобів та необоротних активів свідчить про інвестиції в майбутнє зростання. Надано рекомендації підприємству ФОП «БЛОНД» щодо подальшого розвитку.

3. Проведений аналіз динаміки рентабельності ФОП «БЛОНД» за 2022-2024 роки, свідчить, що підприємство демонструє зростання ефективності використання більшості власних ресурсів, особливо власного капіталу та оборотних активів. Незначне уповільнення темпів зростання деяких показників у 2024 році не впливає на загальну позитивну тенденцію. Зниження рентабельності необоротних активів у 2024 році потребує визначення причин та розробки відповідних управлінських рішень. В цілому, підприємство ефективно функціонує та обрало оптимальну стратегію управління рентабельністю в напрямку підвищення власної прибутковості та розвитку.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ ФОП «БЛОНД»

3.1. Розробка заходів з підвищення рентабельності підприємства

Рентабельність у торговельній діяльності є важливою економічною категорією та важливим оцінним показником, що відображає ефективність використання торгових ресурсів для отримання прибутку. Виступаючи цільовим орієнтиром, прагнення до підвищення рентабельності визначає стратегію розвитку торговельного підприємства. Крім того, рентабельність є інструментом для розрахунку чистого доходу, що залишається після покриття всіх торговельних та операційних витрат, а також джерелом формування різноманітних фондів розвитку та заохочення. Таким чином, під рентабельністю в торговельній сфері слід розуміти відносний показник ефективності комерційної діяльності, який відображає співвідношення отриманого прибутку від торговельних операцій з обсягом залучених або використаних торгових активів (товарних запасів, торговельних площ, інвестицій тощо) або з обсягом товарообігу [29].

Задля результативного керівництва торговельним підприємством необхідно здійснювати належне планування його функціонування з метою визначення стратегічних та тактичних напрямків фінансово-господарської діяльності, що дозволить забезпечити тривалий успіх на ринку. Невід'ємною складовою є регулярне отримання та опрацювання інформації щодо кон'юнктури ринків та потенціалу самого підприємства.

Завданням аналізу рентабельності є розкриття закономірностей розвитку підприємства в минулі періоди, оцінка його поточних позицій, обґрунтування напрямків його подальшого розвитку, а також встановлення міри його комерційних та фінансових небезпек [40].

Відповідно до проведеного аналізу рентабельності ФОП «БЛОНД» дипломного дослідження п. 2.2., вбачаємо виділити потенційні можливості та загрози в діяльності торговельного підприємства (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Потенційні можливості та загрози в діяльності ФОП «БЛОНД»

Можливості 1	Загрози 2
Зростаючий та перспективний попит: існує значний потенціал для збільшення продажів, а ринок продовжує розширюватися.	Посилення конкуренції: вихід на ринок нових суб'єктів господарювання може призвести до боротьби за частку ринку та зниження прибутковості.
Освоєння нових ринкових ніш: з'являються нові сегменти споживачів та можливості для розширення асортименту.	Ризик поглинання великим підприємством: більші та сильніші суб'єкти господарювання можуть становити загрозу для незалежності підприємства.
Послаблення конкурентної боротьби: зниження активності конкурентів відкриває нові ринкові переваги.	Зміна споживчих уподобань та попиту: непередбачувані зміни в потребах покупців та структурі їхнього попиту можуть призвести до зниження продажів певних товарів.
Інтеграція для розширення: можливість об'єднання з іншими торговельними структурами або постачальниками для оптимізації процесів та розширення впливу.	Звуження ринку збуту: зменшення загального обсягу ринку або окремих його сегментів може негативно вплинути на доходи.
Впровадження інноваційних торговельних технологій: розробка та використання нових технологій для покращення обслуговування, логістики та управління запасами.	Нестабільність фінансового середовища: коливання банківських відсоткових ставок можуть збільшити витрати на кредитування та ускладнити фінансове планування.
Розширення мережі та географії продажів: можливість відкриття нових магазинів, філій або вихід на нові регіони.	Негативний вплив економічної кризи: загальне погіршення економічної ситуації може призвести до зниження купівельної спроможності населення та скорочення обсягів продажів.
Залучення інвестицій у торговельний сектор: наявність привабливих умов для залучення приватного та іноземного капіталу з метою розвитку.	Непередбачувані обставини: виникнення форс-мажорних ситуацій може порушити торговельні процеси та призвести до збитків.

Джерело: авторська розробка

Будь-яка торговельна діяльність втрачає свою перспективність, якщо не забезпечує достатнього фінансового результату та не демонструє позитивної

динаміки зростання прибутків. У такому контексті керівництво торговельного підприємства спрямовує власні зусилля на антикризові заходи, переглядаючи пріоритети розвитку. Особлива увага кожного керівника в торговельній сфері має бути зосереджена на обсягах отриманого торговельного прибутку, показниках рентабельності продажів та ефективності використання торгових площ, товарних запасів та інших ресурсів. Дана тема є особливо актуальною для торговельних підприємств, оскільки саме отриманий прибуток від торговельних операцій є головним рушієм для подальшого розвитку, розширення асортименту, модернізації торговельних точок та підвищення конкурентоздатності на ринку [45].

На основі проведеного аналізу динаміки коефіцієнтів рентабельності торговельного підприємства ФОП «БЛОНД», що демонструє загалом позитивну тенденцію, пропонуємо наступні рекомендаційні заходи, спрямовані на подальше обґрунтування та посилення зростання рентабельності:

1. Оптимізація використання активів:

- поглиблений аналіз використання необоротних активів: враховуючи зниження рентабельності необоротних активів у 2024 році, необхідно провести детальний аналіз ефективності використання кожного виду необоротних активів. Розглянути можливість перепрофілювання або продажу тих, що не приносять достатньої віддачі;

- активне управління оборотними активами: з метою подальшого зростання рентабельності оборотних активів слід оптимізувати рівень товарних запасів, мінімізуючи надмірне накопичення та залежалість товарів. Впровадження системи управління запасами в визначені строки або інших сучасних методів може сприяти вивільненню коштів та зниженню витрат на зберігання;

- монетизація невикористовуваних ресурсів, що дозволить отримувати додатковий дохід та підвищити загальну рентабельність активів.

2. Розширення спектру послуг та збільшення доходів:

- впровадження нових видів послуг, що користуються попитом: для торговельного підприємства більш релевантними можуть бути послуги, безпосередньо пов'язані з асортиментом товарів, а саме: послуги комплектації товарів під замовлення клієнтів; послуги пакування подарунків або спеціального оформлення покупок; організація майстер-класів або демонстрацій товарів для залучення клієнтів та підвищення обізнаності про продукцію; надання послуг доставки великогабаритних товарів або товарів під замовлення.

- активізація маркетингових зусиль: розробка та впровадження ефективних маркетингових кампаній, спрямованих на залучення нових клієнтів та стимулювання повторних покупок, що безпосередньо вплине на зростання обсягу продажів та загальної рентабельності.

3. Оптимізація витрат та собівартості:

- ретельний аналіз та оптимізація операційних витрат: провести детальний аналіз усіх операційних витрат (адміністративних, збутових тощо) з метою виявлення можливостей для їх скорочення без шкоди для якості обслуговування та ефективності роботи;

- пошук шляхів скорочення собівартості продукції: провести переговори з постачальниками для отримання вигідніших умов закупівель, оптимізувати логістичні процеси, розглянути можливість пошуку альтернативних постачальників або товарів-замінників зі збереженням необхідної якості.

4. Системний аналіз та прийняття рішень:

- проведення аналізу ефективності кожного запропонованого заходу: перед впровадженням будь-якого заходу необхідно ретельно проаналізувати його потенційний економічний ефект, враховуючи витрати на впровадження та очікувані вигоди;

- регулярний моніторинг та оцінка результатів: після впровадження заходів необхідно здійснювати постійний моніторинг їх впливу на показники рентабельності та оперативно коригувати дії у разі необхідності.

Успішне застосування зазначених внутрішніх механізмів підвищення ефективності діяльності дозволить торговельному підприємству ФОП «БЛОНД» не лише підтримати позитивну динаміку рентабельності, але й значно збільшити обсяг генерованого прибутку в майбутньому.

Враховуючи поточний економічний розвиток зовнішнього середовища ринку та необхідність забезпечення стабільності та прибутковості торговельного підприємства ФОП «БЛОНД» в умовах можливих кризових явищ, пропонуємо наступні рекомендації щодо здійснення антикризових заходів:

1. Операційна діяльність:

- ретельний аналіз асортименту (визначте найбільш маржинальні та ліквідні товари; скоротіть або оптимізуйте запаси товарів з низькою оборотністю та низькою маржею; зосередьте закупівлі на товарах, що користуються стабільним попитом та забезпечують високу прибутковість);
- оптимізація цінової політики (проведіть аналіз цінової чутливості клієнтів та цін конкурентів; розробіть гнучку систему знижок та акцій для стимулювання продажів, особливо ліквідних товарів; перегляньте ціни на товари з низькою оборотністю для прискорення їх реалізації);
- контроль та скорочення витрат (проведіть детальний аудит усіх операційних витрат (оренда, комунальні платежі, транспортні витрати, витрати на персонал, маркетингові витрати тощо); визначте можливості для їх скорочення без критичного впливу на якість обслуговування та основні бізнес-процеси; розгляньте можливість переходу на більш економні технології та ресурси);
- посилення контролю за дебіторською заборгованістю (перегляньте умови надання товарного кредиту та терміни оплати; активізуйте роботу з клієнтами щодо своєчасного погашення заборгованостей; розгляньте можливість застосування системи попередньої оплати для окремих категорій клієнтів або товарів);

- оптимізація логістичних процесів (перегляньте маршрути доставки, умови співпраці з транспортними компаніями з метою зниження витрат; оптимізуйте складські процеси для зменшення витрат на зберігання та обробку товарів).

2. Фінансова діяльність:

- управління грошовими потоками (складіть детальний прогноз руху грошових коштів на короткострокову та середньострокову перспективу; контролюйте надходження та витрати грошових коштів, необхідно виставляти пріоритети платежів за критично важливими статтями; розгляньте можливість залучення короткострокового фінансування (кредитна лінія, овердрафт) для покриття тимчасових касових розривів);

- аналіз та оптимізація кредиторської заборгованості (проведіть переговори з постачальниками щодо можливих відстрочок платежів або отримання знижок за дострокову оплату; реструктуризуйте існуючу кредиторську заборгованість за можливості);

- перегляд інвестиційних планів – зосередьтеся на інвестиціях, які мають швидку окупність та забезпечать зростання прибутковості в найближчій перспективі;

- аналіз фінансових показників (регулярно здійснюйте моніторинг основних фінансових показників (рентабельність, ліквідність, платоспроможність, фінансова стійкість); оперативно реагуйте на негативні тенденції та вживайте коригувальних заходів);

- створення резервного фонду – за можливості почніть формування резервного фонду для покриття непередбачених витрат та збитків у кризових ситуаціях.

3. Управління персоналом:

- аналіз ефективності використання персоналу (оцініть завантаженість та продуктивність кожного співробітника; розгляньте можливість оптимізації штатного розпису, уникаючи дублювання функцій;

запровадьте систему мотивації, орієнтовану на результативність та економію ресурсів);

- підвищення кваліфікації персоналу – проведіть навчання персоналу щодо методів ефективних продажів, управління витратами та роботи з клієнтами в кризових умовах.

4. Маркетинг та клієнтська база:

- збереження та утримання існуючих клієнтів (активізуйте роботу з постійними клієнтами, пропонуючи їм індивідуальні умови та програми лояльності; покращуйте якість обслуговування та оперативно реагуйте на їхні потреби);

- пошук нових ринкових можливостей (досліджуйте нові сегменти ринку або канали збуту, які можуть бути менш схильними до впливу кризи; активно використовуйте онлайн-платформи та соціальні мережі для залучення нових клієнтів);

- перегляд маркетингової стратегії (зосередьтеся на найбільш ефективних та економічних каналах комунікації з клієнтами; адаптуйте рекламні повідомлення до поточної ситуації, підкреслюючи вигоду та цінність пропозицій).

На рис. 2.1 наочно наведено вищеокреслені рекомендації щодо здійснення антикризових заходів торговельного підприємства ФОП «БЛОНД». Отже, основними напрямками здійснення антикризових заходів торговельного підприємства є:

- розробка антикризового плану;
- регулярний моніторинг зовнішнього середовища;
- швидка адаптація стратегії та тактики залежно від розвитку зовнішньої ситуації;
- підтримка та мотивація персоналу.



Рис. 2.1. Рекомендації щодо здійснення антикризових заходів торговельного підприємства ФОП «БЛОНД»

Джерело: авторська розробка

Застосування цих рекомендацій, з урахуванням специфіки діяльності ФОП «БЛОНД», допоможе підвищити фінансову стійкість, зберегти прибутковість та успішно подолати можливі кризові ситуації. Ефективність антикризових заходів залежить від своєчасності їх впровадження та послідовності у їх реалізації.

3.2. Удосконалення організаційно-економічного механізму управління рентабельністю торговельного підприємства

Управління рентабельністю підприємства, незалежно від його організаційно-правової форми чи галузевої приналежності, є невід’ємною та стратегічно важливою складовою тактики управління фінансовою рівновагою. Воно являє собою чітко визначений комплекс взаємопов’язаних засобів і методів оцінки ефективності діяльності підприємства через призму прибутковості використання його ресурсів. Управління рентабельністю передбачає активний вплив на фактори, що її визначають, з метою досягнення бажаних фінансових результатів та забезпечення сталого розвитку.

Управління рентабельністю охоплює не лише аналіз історичних даних, але й активне формування майбутньої прибутковості шляхом прийняття обґрунтованих управлінських рішень у сферах виробництва, торгівлі, збуту, фінансів та інвестицій. Це безперервний процес, спрямований на оптимізацію співвідношення між отриманим прибутком та залученими ресурсами, що є запорукою фінансової стійкості та конкурентоздатності підприємства на ринку [32].

Процес управління рентабельністю включає в себе наступні послідовні та взаємопов’язані етапи:

1. Збір, систематизація та розширений аналіз інформації про підприємство та звіти його діяльності: передбачає не лише формальний збір фінансової звітності (баланс, звіт про фінансові результати, звіт про власний капітал), але й якісний аналіз отриманих даних, що включає:

- вивчення динаміки фінансових показників за визначені періоди;
- порівняльний аналіз з аналогічними показниками конкурентів та середньогалузевими значеннями;
- ідентифікацію тенденцій та закономірностей у формуванні прибутку та використанні ресурсів;

- аналіз управлінської звітності, що відображає ефективність роботи окремих підрозділів та бізнес-процесів;

- збір та аналіз нефінансової інформації, що може впливати на рентабельність (стан ринку, поведінка споживачів, технологічні зміни тощо).

2. Постановка чітких, вимірюваних, досяжних, релевантних та обмежених у часі (SMART) цілей у сфері рентабельності: цілі управління рентабельністю безпосередньо залежать від обраної стратегії підприємства, а саме:

- стратегія лідерства за витратами може передбачати ціль щодо досягнення рентабельності вищої за середньогалузеву за рахунок мінімізації собівартості;

- стратегія диференціації може орієнтуватися на високу рентабельність за рахунок унікальності продукту та преміального ціноутворення;

- стратегія зростання може передбачати тимчасове зниження рентабельності на певному етапі для завоювання більшої частки ринку;

Цілі можуть бути встановлені як для підприємства в цілому, так і для окремих його підрозділів, видів продукції чи напрямків діяльності.

3. Комплексне управління та баланс між ризиком і прибутковістю – рентабельність часто пов'язана з рівнем ризику. Підвищення потенційної прибутковості може супроводжуватися зростанням ризиків (фінансових, операційних, ринкових). Ефективне управління передбачає:

- ідентифікацію та оцінку потенційних ризиків, що можуть вплинути на рентабельність;

- визначення прийнятного рівня ризику для підприємства з урахуванням його фінансового стану та стратегічних цілей;

- розробку та впровадження заходів щодо мінімізації та контролю ризиків;

- прийняття обґрунтованих рішень щодо інвестицій та фінансових інструментів з урахуванням співвідношення «ризик-дохідність».

4. Ретельний та всебічний аналіз чинників, які безпосередньо та опосередковано впливають на значення рентабельності підприємства: даний етап передбачає глибоке розуміння механізмів формування прибутку та ефективності використання ресурсів. Чинники, що впливають на значення рентабельності:

- Внутрішні: ефективність управління витратами (собівартість продукції, операційні витрати, управлінські витрати); цінова політика підприємства; обсяг та структура продажів; ефективність використання основних засобів та оборотних активів; продуктивність праці; інноваційна діяльність; організаційна структура управління.

- Зовнішні: ринкова кон'юнктура (попит, пропозиція, рівень конкуренції); макроекономічні фактори (інфляція, валютні курси, процентні ставки); державне регулювання (податкова політика, антимонопольне законодавство); дії постачальників та покупців; технологічні зміни.

5. Визначення конкретних методик та розробка дієвих заходів для збільшення рентабельності за допомогою цілеспрямованої зміни значень основних факторів впливу – на основі проведеного аналізу розробляються практичні рекомендації та заходи, спрямовані на оптимізацію чинників:

- зниження собівартості за рахунок оптимізації виробничих та торговельних процесів, закупівель сировини та матеріалів;
- підвищення цін на продукцію на основі аналізу ринкової кон'юнктури та цінності для споживача;
- збільшення обсягів продажів за рахунок розширення ринків збуту, впровадження ефективних маркетингових стратегій;
- оптимізація структури активів шляхом вивільнення надлишкових або неефективно використовуваних ресурсів;
- підвищення продуктивності праці за рахунок навчання, мотивації та впровадження нових технологій;
- впровадження інновацій для створення нових продуктів або послуг з вищою маржинальністю.

6. Проведення кінцевих розрахунків очікуваної оптимізації та розробка детального плану впровадження проєкту заходів на підприємстві, що передбачає:

- кількісну оцінку очікуваного впливу розроблених заходів на показники рентабельності;
- проведення аналізу «витрати-вигоди» для обґрунтування доцільності впровадження кожного заходу;
- розробку чіткого та деталізованого плану впровадження, що включає конкретні кроки, терміни виконання, відповідальних осіб та необхідні ресурси;
- затвердження плану керівництвом підприємства та виділення необхідних коштів для його реалізації.

Ефективне управління рентабельністю є безперервним процесом, що вимагає постійного моніторингу, аналізу та коригування управлінських рішень. Успішне впровадження вищезазначених етапів дозволяє підприємству не лише досягати високих показників прибутковості, але й забезпечувати свою фінансову рівновагу та стійкий розвиток у довгостроковій перспективі.

Удосконалення організаційно-економічного механізму управління рентабельністю є критично важливим для забезпечення стабільного прибутку та конкурентоздатності торговельного підприємства в умовах динамічного ринку. Ефективний механізм дозволяє не лише контролювати важливі показники, але й виявляти можливості для оптимізації торговельних процесів, управління витратами та збільшення доходів.

Специфіка торговельного підприємства на відміну від виробничих підприємств є управління товарними запасами, ціноутворення, ефективність збуту та маркетингу, а також управління відносинами з постачальниками.

Основні складові організаційно-економічного механізму управління рентабельністю для торговельного підприємства, наведено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

**Складові організаційно-економічного механізму управління
рентабельністю для торговельного підприємства**

Складові механізму 1	Характеристика 2
1. Організаційна структура управління рентабельністю	Визначення центрів відповідальності за основними торговельними процесами: закріплення відповідальності за рентабельність окремих категорій товарів, торгових відділів, каналів збуту, маркетингових кампаній.
	Створення відділу аналізу та контролю торговельної діяльності: спеціалізований підрозділ, відповідальний за збір, обробку та аналіз даних про продажі, витрати, маржу, оборотність товарів та інші показники рентабельності.
	Координація між відділами закупівель, продажів, маркетингу та фінансів: забезпечення злагодженої роботи цих відділів для досягнення спільних цілей у сфері рентабельності (узгодження закупівельних цін з планованими цінами продажу та маркетинговими акціями).
2. Економічні інструменти управління рентабельністю в торгівлі	Планування та прогнозування рентабельності продажів за категоріями товарів та каналами збуту: розробка планів маржинальності для різних товарних груп, врахування сезонності, акцій та інших факторів, що впливають на ціни та обсяги продажів.
	Бюджетування торговельних витрат та доходів: складання бюджетів на закупівлю товарів, транспортні витрати, зберігання, рекламу, заробітну плату торгового персоналу та інших операційних витрат, а також прогнозування доходів від продажів.
	Система обліку та аналізу товарних потоків та собівартості реалізованих товарів: забезпечення точного обліку закупівельних цін, транспортних витрат, витрат на зберігання та інших складових собівартості для визначення реальної маржі.
	Аналіз ціноутворення та його впливу на рентабельність: оцінка еластичності попиту, аналіз цін конкурентів, розрахунок оптимальних торгових націнок для максимізації прибутку.
	Управління товарними запасами: оптимізація рівня запасів для мінімізації витрат на зберігання, запобігання залежалості товарів та забезпечення безперебійного процесу продажів. Аналіз показників оборотності товарів.
	Аналіз ефективності маркетингових заходів: оцінка рентабельності інвестицій у рекламу, акції, програми лояльності та інші маркетингові інструменти.

Продовження табл. 2.2

1	2
	Контролінг основних торговельних показників: регулярний моніторинг середнього чека, кількості покупців, конверсії, маржі, оборотності запасів та інших показників, що впливають на рентабельність.
	Система мотивації торгового персоналу: заохочення продавців та менеджерів за досягнення планових показників продажів та маржі.
	Аналіз відносин з постачальниками: оцінка умов закупівель, пошук вигідніших пропозицій, оптимізація логістики поставок.

Джерело: авторська розробка

Напрями удосконалення організаційно-економічного механізму управління рентабельністю торговельного підприємства:

- впровадження CRM-систем – для кращого розуміння клієнтів, персоналізації пропозицій та підвищення лояльності, що сприяє зростанню повторних продажів та рентабельності;
- використання систем автоматизації управління складом (WMS) – для оптимізації управління товарними запасами, зменшення витрат на зберігання та запобігання дефіциту або надлишку товарів;
- застосування інструментів цінової оптимізації – використання програмного забезпечення для динамічного ціноутворення на основі аналізу попиту, конкуренції та інших факторів;
- розвиток омніканальних продажів – інтеграція онлайн та офлайн каналів продажів для розширення ринку збуту та підвищення загальної рентабельності;
- впровадження систем бізнес-аналітики (BI) – для деталізованого аналізу даних про продажі, клієнтів, витрати та інші показники з метою виявлення закономірностей та прийняття обґрунтованих рішень;
- застосування RFM-аналізу – для сегментації клієнтів за частотою, давністю та сумою покупок з метою розробки більш ефективних маркетингових кампаній;

- впровадження КРІ для торгового персоналу – встановлення чітких фінансових показників ефективності для продавців та менеджерів, пов'язаних з обсягом продажів, маржею та задоволеністю клієнтів;
- регулярний моніторинг та аналіз дій конкурентів – для своєчасного реагування на зміни ринку та коригування власної стратегії;
- оптимізація витрат на маркетинг – аналіз ефективності різних маркетингових каналів та інвестицій для досягнення максимальної віддачі.

Ефективне удосконалення організаційно-економічного механізму управління рентабельністю дозволить торговельному підприємству: збільшити прибутковість кожної одиниці проданого товару; оптимізувати витрати на закупівлю, зберігання та збут товарів; підвищити ефективність використання торгових площ та персоналу; збільшити лояльність клієнтів та обсяг повторних покупок; швидко реагувати на зміни ринкової кон'юнктури та дії конкурентів; забезпечити стабільне зростання прибутку та підвищити вартість бізнесу.

Таким чином, для торговельного підприємства впровадження та постійне вдосконалення організаційно-економічного механізму управління рентабельністю є запорукою його успіху та сталого розвитку на конкурентному ринку. Особлива увага повинна приділятися специфічним аспектам торговельної діяльності, таким як управління товарними запасами, ціноутворення та ефективність збуту.

ВИСНОВКИ ДО 3 РОЗДІЛУ

Дослідження шляхів вдосконалення управління рентабельністю на підприємстві ФОП «БЛОНД», дозволило отримати наступні результати відповідно до поставлених завдань:

1. Проведене дослідження визначає важливу роль рентабельності як інтегрального показника ефективності діяльності торговельного підприємства. Рентабельність є не лише відображенням прибутковості використання торгових ресурсів, але й виступає стратегічним орієнтиром, визначаючи напрямки розвитку та забезпечуючи базу для формування фондів розвитку та заохочення. У контексті торговельної діяльності, рентабельність відображає ефективність комерційних операцій у співвідношенні з залученими активами або обсягом товарообігу.

На основі аналізу потенційних можливостей та загроз для ФОП «БЛОНД», були запропоновані рекомендаційні заходи, спрямовані на підвищення рентабельності. Запропоновані заходи охоплюють чотири основні напрямки:

1. Оптимізація використання активів – включає поглиблений аналіз ефективності використання необоротних активів з можливістю їх перепрофілювання або продажу, активне управління оборотними активами шляхом оптимізації товарних запасів та монетизацію невикористовуваних ресурсів для отримання додаткового доходу.

2. Розширення спектру послуг та збільшення доходів – передбачає впровадження нових видів послуг, пов'язаних з асортиментом товарів (комплектація, пакування, майстер-класи, доставка), а також активізацію маркетингових зусиль для залучення нових клієнтів та стимулювання повторних покупок.

3. Оптимізація витрат та собівартості – включає ретельний аналіз та скорочення операційних витрат без шкоди для якості обслуговування, а також

пошук шляхів зниження собівартості продукції через переговори з постачальниками та оптимізацію логістичних процесів.

4. Системний аналіз та прийняття рішень – проведення попереднього аналізу ефективності кожного запропонованого заходу та подальшого регулярного моніторингу їх впливу на показники рентабельності з можливістю оперативного коригування дій.

Успішне впровадження вищезазначених внутрішніх механізмів підвищення ефективності діяльності дозволить ФОП «БЛОНД» не лише підтримувати позитивну динаміку рентабельності, але й значно збільшити обсяг генерованого прибутку в майбутньому.

Враховуючи нестабільність зовнішнього економічного середовища, приділено увагу антикризовим заходам для торговельного підприємства ФОП «БЛОНД», а саме запропоновані рекомендації охоплюють чотири основні сфери:

- Операційна діяльність – ретельний аналіз асортименту, оптимізація цінової політики, контроль та скорочення витрат, посилення контролю за дебіторською заборгованістю та оптимізація логістичних процесів.

- Фінансова діяльність – управління грошовими потоками, аналіз та оптимізація кредиторської заборгованості, перегляд інвестиційних планів з акцентом на швидку окупність, регулярний аналіз фінансових показників та створення резервного фонду.

- Управління персоналом – аналіз ефективності використання персоналу, оптимізація штатного розпису та підвищення кваліфікації працівників у сфері продажів та управління витратами.

- Маркетинг та клієнтська база – збереження та утримання існуючих клієнтів, пошук нових ринкових можливостей та перегляд маркетингової стратегії з фокусом на найбільш ефективних каналах комунікації.

Ефективність антикризових заходів безпосередньо залежить від своєчасності їх впровадження та послідовності реалізації, а основними

напрямами є розробка антикризового плану, регулярний моніторинг зовнішнього середовища, швидка адаптація стратегії та тактики, а також підтримка та мотивація персоналу.

2. Запропоновано удосконалити організаційно-економічний механізм управління рентабельністю торговельного підприємства, який включає організаційну структуру управління рентабельністю (визначення центрів відповідальності, створення відділу аналізу, координація між відділами) та економічні інструменти (планування, бюджетування, облік собівартості, аналіз ціноутворення, управління запасами, аналіз маркетингу, контролінг, мотивація персоналу, аналіз відносин з постачальниками).

Напрями удосконалення цього механізму включають впровадження CRM та WMS систем, інструментів цінової оптимізації, розвиток омніканальних продажів, використання систем бізнес-аналітики, RFM-аналізу, KPI для персоналу, моніторинг конкурентів та оптимізацію маркетингових витрат.

Впровадження та постійне вдосконалення організаційно-економічного механізму управління рентабельністю є важливим фактором успіху та сталого розвитку торговельного підприємства ФОП «БЛОНД» на конкурентному ринку. Особлива увага повинна приділятися специфічним аспектам торговельної діяльності, таким як ефективне управління товарними запасами, гнучке ціноутворення та результативний збут.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

При виконанні кваліфікаційної роботи було досліджено формування ефективної системи управління рентабельністю підприємства, що дозволило отримати наступні результати відповідно до поставлених завдань:

1. Досліджено в літературі економічний аспект трактування поняття «рентабельність», що дозволило сформулювати власне визначення категорії: під рентабельністю розуміємо загальну ефективність функціонування підприємства, прибутковість окремих видів діяльності та рівень окупності витрат. Показники рентабельності дають більш комплексну оцінку результатів господарської діяльності, оскільки демонструють співвідношення отриманого ефекту до залучених або використаних ресурсів.

Виділено зовнішні та внутрішні фактори, які мають різну природу та механізми впливу на підвищення рентабельності підприємства. Акцентовано увагу на такі важливі економічні параметри, як ціна на готову продукцію та використані ресурси, обсяги залучених ресурсів та випущеної продукції, отриманий від реалізації прибуток і показник рентабельності продажів, які є взаємопов'язаними та утворюють єдину функціональну систему.

2. Окреслено, що в основі побудови ефективної системи управління рентабельністю лежать наступні теоретичні підходи: вартісно-орієнтоване управління; ресурсний підхід; стратегічний підхід; операційний підхід; фінансовий підхід. Визначено принципи побудови ефективної системи управління рентабельністю підприємства, яка сприятиме підвищенню їхньої фінансової стійкості, конкурентоздатності та зростанню вартості. Сформовано механізм управління рентабельністю підприємства, який є складовою загальної системи управління, забезпечує цілеспрямований вплив на основні фактори, що визначають кінцевий результат діяльності підприємства.

3. Досліджено організаційну структуру ФОП «БЛОНД», що здійснює роздрібну торгівлю різними товарами на ринках та з лотків. Виявлено ефективну організацію з чітким розподілом обов'язків серед працівників, що

свідчить про налагоджене управління персоналом. Підприємство здійснює реалізацію продукції з дотриманням законодавства, а ціни формуються ФОП «БЛОНД» на основі витрат, попиту, конкуренції та характеристик товарів, або за договірними умовами з контрагентами. Здійснено аналіз техніко-економічних показників та визначено, що спостерігається позитивний розвиток підприємства ФОП «БЛОНД» протягом 2022-2024 років, а саме відбувається збільшення обсягу реалізованої продукції, що свідчить про розширення бізнесу; темпи зростання прибутку значно випереджають темпи зростання собівартості та обсягу реалізації, що вказує на зростання ефективності діяльності; зміцнення фінансової стійкості свідчить про покращення платоспроможності підприємства; зростання основних засобів та необоротних активів свідчить про інвестиції в майбутнє зростання. Надано рекомендації підприємству ФОП «БЛОНД» щодо подальшого розвитку.

4. Проведений аналіз динаміки рентабельності ФОП «БЛОНД» за 2022-2024 роки, свідчить, що підприємство демонструє зростання ефективності використання більшості власних ресурсів, особливо власного капіталу та оборотних активів. Незначне уповільнення темпів зростання деяких показників у 2024 році не впливає на загальну позитивну тенденцію. Зниження рентабельності необоротних активів у 2024 році потребує визначення причин та розробки відповідних управлінських рішень. В цілому, підприємство ефективно функціонує та обрало оптимальну стратегію управління рентабельністю в напрямку підвищення власної прибутковості та розвитку.

5. На основі аналізу потенційних можливостей та загроз для ФОП «БЛОНД», були запропоновані рекомендаційні заходи, спрямовані на підвищення рентабельності. Запропоновані заходи охоплюють чотири основні напрямки:

- Оптимізація використання активів – включає поглиблений аналіз ефективності використання необоротних активів з можливістю їх перепрофілювання або продажу, активне управління оборотними активами

шляхом оптимізації товарних запасів та монетизацію невикористовуваних ресурсів для отримання додаткового доходу.

- Розширення спектру послуг та збільшення доходів – передбачає впровадження нових видів послуг, пов'язаних з асортиментом товарів (комплектація, пакування, майстер-класи, доставка), а також активізацію маркетингових зусиль для залучення нових клієнтів та стимулювання повторних покупок.

- Оптимізація витрат та собівартості – включає ретельний аналіз та скорочення операційних витрат без шкоди для якості обслуговування, а також пошук шляхів зниження собівартості продукції через переговори з постачальниками та оптимізацію логістичних процесів.

- Системний аналіз та прийняття рішень – проведення попереднього аналізу ефективності кожного запропонованого заходу та подальшого регулярного моніторингу їх впливу на показники рентабельності з можливістю оперативного коригування дій.

Враховуючи нестабільність зовнішнього економічного середовища, приділено увагу антикризовим заходам для торговельного підприємства ФОП «БЛОНД», а саме запропоновані рекомендації охоплюють чотири основні сфери:

- Операційна діяльність – ретельний аналіз асортименту, оптимізація цінової політики, контроль та скорочення витрат, посилення контролю за дебіторською заборгованістю та оптимізація логістичних процесів.

- Фінансова діяльність – управління грошовими потоками, аналіз та оптимізація кредиторської заборгованості, перегляд інвестиційних планів з акцентом на швидку окупність, регулярний аналіз фінансових показників та створення резервного фонду.

- Управління персоналом – аналіз ефективності використання персоналу, оптимізація штатного розпису та підвищення кваліфікації працівників у сфері продажів та управління витратами.

– Маркетинг та клієнтська база – збереження та утримання існуючих клієнтів, пошук нових ринкових можливостей та перегляд маркетингової стратегії з фокусом на найбільш ефективних каналах комунікації.

Ефективність антикризових заходів безпосередньо залежить від своєчасності їх впровадження та послідовності реалізації, а основними напрямками є розробка антикризового плану, регулярний моніторинг зовнішнього середовища, швидка адаптація стратегії та тактики, а також підтримка та мотивація персоналу.

6. Запропоновано удосконалити організаційно-економічний механізм управління рентабельністю торговельного підприємства, який включає організаційну структуру управління рентабельністю (визначення центрів відповідальності, створення відділу аналізу, координація між відділами) та економічні інструменти (планування, бюджетування, облік собівартості, аналіз ціноутворення, управління запасами, аналіз маркетингу, контролінг, мотивація персоналу, аналіз відносин з постачальниками).

Напрями удосконалення цього механізму включають впровадження CRM та WMS систем, інструментів цінової оптимізації, розвиток омніканальних продажів, використання систем бізнес-аналітики, RFM-аналізу, KPI для персоналу, моніторинг конкурентів та оптимізацію маркетингових витрат.

Впровадження та постійне вдосконалення організаційно-економічного механізму управління рентабельністю є важливим фактором успіху та сталого розвитку торговельного підприємства ФОП «БЛОНД» на конкурентному ринку. Особлива увага повинна приділятися специфічним аспектам торговельної діяльності, таким як ефективне управління товарними запасами, гнучке ціноутворення та результативний збут.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амельченко Т., Чайлякова Д. Прибутковість як один із найважливіших показників ефективності діяльності підприємства. *Економіка Криму*. 2010. № 2(31). С. 158-160.
2. Атамас П. Й., Атамас О. П. Прибуток: економічна суть, проблеми визначення та облікового відображення. *Академічний огляд*. 2014. № 1 (40). С. 50-55.
3. Базилевич В. Д., Базилевич К. С. Ринкова економіка: основні поняття і категорії: навч. посіб. Київ : Знання, 2006. 263 с.
4. Баліцька В. Доходи та рентабельність діяльності підприємств України: макроекономічна оцінка. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2007. № 9. С. 62-63.
5. Бердар М. М. Формування механізму управління прибутком підприємства. *Управління проектами, системний аналіз і логістика*. 2008. № 5. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Upsal/2008_5/ (дата звернення: 01.05.2025).
6. Білик М. Фінансовий аналіз: навч. посібник / М. Білик, О. Павловська, Н. Притуляк, Н. Невмержицька. – К.: КНЕУ, 2005. 592 с.
7. Гавалешко С. В. Рентабельність підприємства та шляхи його підвищення. *Економікс*. 2012. № 10. С. 141–152.
8. Гаватюк Л. С., Пілат А. К. Удосконалення системи управління рентабельністю як умова ефективного функціонування підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 2. С. 47-50.
9. Горлачук В. В. Економіка підприємства : [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / В. В. Горлачук, І. Г. Яненко. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2010. 344 с.
10. Дронова А. Ю. Рентабельність як складова оцінки ефективності діяльності торговельних підприємств на ринку нафтопродуктів України. *Економіка промисловості*. 2011. № 53. С. 140–146.

11. Жидєєва Л. І., Пінаєва К. О. Облік формування фінансових результатів та використання прибутку: проблеми та шляхи їх вирішення. *Економіка і суспільство*. 2017. Випуск № 9. С.1117-1122.
12. Загородній А. Г., Вознюк Г. Л., Смовженко Т. С. Фінансовий словник. 2-ге видання, виправлене і доповнене. Львів: Видавництво «Центр Європи», 2007. 576 с.
13. Каменюка В.О. Система обліково-аналітичного забезпечення управління прибутком (збитком) підприємства. Актуальні проблеми та перспективи розвитку України в галузі управління та адміністрування: ініціативи молоді [Електронний ресурс] : матеріали V Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. здоб. вищ. освіти і мол. учених, 20 жовтня 2023 р. / Держ. біотехнологічний ун-т. – Харків, 2023. С. 238-241.
14. Каменюка В. О., Ждаміров Д. Ю., Порсюрлова І. П. Управління фінансовими результатами діяльності з метою збільшення прибутку підприємства. Розвиток економічних систем в умовах глобалізації : збірник тез доповідей I Міжнародної науково-практичної конференції (Україна, м. Харків, 14-16 листопада 2024 р.). [Електронний ресурс]. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2024.
15. Каминський П.Д. Прибуток та рентабельність як показники ефективності діяльності підприємства. *Вісник Донецького університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*. 2016. № 1. С. 160–167.
16. Касич А. О., Циган Р. М., Карбан О. І. Науково-методичні основи обліково-аналітичного забезпечення управління прибутком підприємства. *Проблеми економіки*. 2013. № 1. С. 191-196.
17. Кірейцева Г. Г. Фінанси підприємств: навчальний посібник / за ред. Г. Г. Кірейцева. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 268 с.
18. Климко Г. Н., Нестеренко В. П., Каніщенко Л. О. Основи економічної теорії: політекономічний аспект: підручник / за ред. Г. Н. Климка,

В. П. Нестеренка. 2-е видання, перероблено і доповнено. Київ : Вища школа. Знання, 2007. 743 с.

19. Коваленко Л. О., Ремньова Л. М. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. 2-е видання, перероблено і доповнено. Київ : Знання, 2005. 485 с.

20. Коваль О.А. Рентабельність як показник економічної ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств. Економіка. Управління. Інновації. 2014. № 1. С. 225–227.

21. Колісник О., Томша А. Особливості формування та розподіл прибутку підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. № 25.

22. Коробов М. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посіб. Київ : Либідь, 2000. 285 с.

23. Кривицька О.Р. Планування прибутку підприємств під час визначення стратегії його розвитку. *Фінанси України*. 2005. № 3. С. 138–147 с.

24. Кривицька О.Р. Сутність прибутку як економічної категорії: еволюційний підхід і сучасне бачення. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2015. № 7 (2). С. 82–86.

25. Крупка Я. Резервна складова капіталу підприємства та її обліково-інформаційне забезпечення. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 5 (66). С. 49-58.

26. Купира М.І., Шейко Ю.О., Климчук О.А. Імперативи нарощення прибутку в умовах асиметричного розвитку підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. Випуск 4(27). С. 58-62

27. Кучеркова С.О. Проблеми розуміння прибутку з погляду керівника і бухгалтера. *Інфраструктура ринку*. 2020. Випуск 39. С. 386-391.

28. Ларіонова К., Капінос Г. Механізм управління прибутком підприємства. URL: <https://mdes.khmnu.edu.ua/index.php/mdes/article/view/40> (дата звернення: 01.05.2025)

29. Маркіна І. А., Вороніна В. Л. Управління прибутком торговельних підприємств : монографія. Полтава : Вид-во ПП «Астроя». 2018. 167 с.

30. Марценяк Н. О., Лащак В. В. Понятійно-термінологічний словник з контролю, аудиту та ревізії. Чернівці, 2015. 103 с.
31. Мілька А. І. Модель управління прибутком підприємств і організацій споживчої кооперації України. *Економіка, фінанси, право*. 2013. № 6. С. 23–27.
32. Мілька А. І. Удосконалення моделі адаптованого управління прибутком організацій та підприємств споживчої кооперації. Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., (м. Переяслав-Хмельницький, 30–31 берез. 2016 р.). Переяслав-Хмельницький : [б. в.], 2016. С. 52–55.
33. Назаренко І.Ф. Генезис економічної сутності прибутку в умовах ринкової економіки. *Інфраструктура ринку*. 2022. Випуск 65. С.29-37
34. Непочатенко О. О. Фінанси підприємств : [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / О. О. Непочатенко, Н. Ю. Мельничук. – 2-е вид., розшир. та доповн. – Київ : Центр учбової літератури, 2019. 504 с.
35. Огійчук М.Ф., Беленкова М.І. Формування прибутку в аграрних підприємствах і його облік. Актуальні проблеми державного управління: зб.наук. праць. Харків, 2002. №2(13). С.98-102.
36. Островерх А. М., Порсюрова І. П. Обліковий аспект формування та використання прибутку. *Modern and global methods of the development of scientific thought. materials 5th International scientific and practical conference, Florence, Italy, 25-28 October, 2022. Florence, International Science Group, 2022. P. 117-120.*
37. Павлюк І.О. Управління прибутком підприємств в умовах сьогодення. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 1. С.84-88
38. Панченко І. А. Класифікація прибутку для цілей бухгалтерського обліку, аналізу та контролю: критичний аналіз існуючих підходів. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2012. № 1 (22). С. 224-236

39. Панченко І. Методичні підходи до аналізу операцій з формування та розподілу прибутку підприємства: критичний аналіз. *Економічний аналіз*. 2012. Випуск 10. Ч. 4. С. 279-283.
40. Свирида О.В., Марковська Н.В. Особливості обліку формування та використання прибутку підприємств. *Економіка та управління: сучасний стан та перспективи розвитку*. 2018. С. 455–458.
41. Севастьянов В. Р. Методичні підходи до аналізу прибутку підприємства та шляхи збільшення. *Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу: зб. тез Міжнар. наук. конф., м. Житомир, 5-6 лист. 2020 р. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. URL: <https://conf.ztu.edu.ua> (дата звернення: 01.05.2025).*
42. Склярук І. Удосконалення обліку прибутку підприємств пивоварної промисловості. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2013. № 12(153). С. 94-99
43. Сопко В. В. Бухгалтерський облік в процесі управління підприємством: навч. посіб. Київ: Київський національний економічний університет, 2006. 526 с.
44. Сябер Є. О. Фактори формування прибутку підприємства. *Молодий вчений*. 2018. № 6 (2). С. 431–435.
45. Тешева Л. В., Титаренко В. В. Основні засади формування механізму управління рентабельністю підприємства. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 27. С. 31–35.
46. Цал-Цалко Ю. Фінансова звітність підприємства та її аналіз: навч. посібник / Ю. Цал-Цалко. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: ЦУЛ, 2002. 360 с.
47. Черниш С. С. Організаційно-методичні аспекти аналізу рентабельності. *Інноваційна економіка*. 2013. № 6. С. 305-309.
48. Шкуліпа Л. Методика визначення податкового прибутку згідно норм національного законодавства та МСБО 12 «Податки на прибуток». *Економічний аналіз*. 2020 рік. Том 30. № 4. С.182-194.

ДОДАТОК А

Таблиця А.1

Асортимент продукції ФОП «БЛОНД»

Продукція	Роки		
	2022, грн.	2023, грн.	2024, грн.
1	2	3	4
Побутова хімія, з них:	304 420	421 010	420 700
— Засіб для миття посуду	98 500	102 000	13 900
— Гель для прання	108 000	174 000	230 000
— Засіб для чищення сантехніки	97 920	145 010	176 800
Товари для дому, з них:	470 020	519 100	580 700
— Рушник паперовий	95 000	98 000	104 500
— Контейнер для зберігання їжі	154 000	167 050	198 700
— Підставка для гарячого	134 020	158 300	186 000
— Форма для випікання	87 000	95 750	91 500
Дрібна побутова техніка, з них:	378 650	442 400	396 950
— Соковитискач	67 000	75 400	61 350
— Електричний блендер для кави	101 650	132 000	145 600
— Ваги кухонні	210 000	235 000	190 000
Сезонні товари, з них:	267 900	326 955	337 370
— Свічка	75 000	85 600	91 200
— Парасолька	72 000	71 500	69 800
— Надувний матрац	56 400	98 550	106 570
— Пляжне покривало	64 500	71 305	69 800
Дитячі іграшки, з них:	429 200	612 040	451 100
— Конструктор	133 000	197 850	150 600
— Машинка	152 000	203 740	198 000
— Лялька	144 200	210 450	102 500
Канцелярські товари, з них:	450 310	452 060	431 190
— Зошит	55 000	59 020	51 300
— Олівці кольорові	67 800	73 200	69 840
— Ручка синя, чорна, червона	34 000	35 600	34 200
— Набори для творчості	77 050	75 600	69 500
— Блокноти	85 200	91 700	93 000
— Стикери для маркування	45 200	41 230	38 500
— Гумка	14 000	10 600	9 560
— Лінійка	17 500	13 570	12 600
— Альбом для малювання	23 000	21 540	22 100
— Фарби	31 560	30 000	30 590
Всього	2 300 500	2 773 565	2 918 010

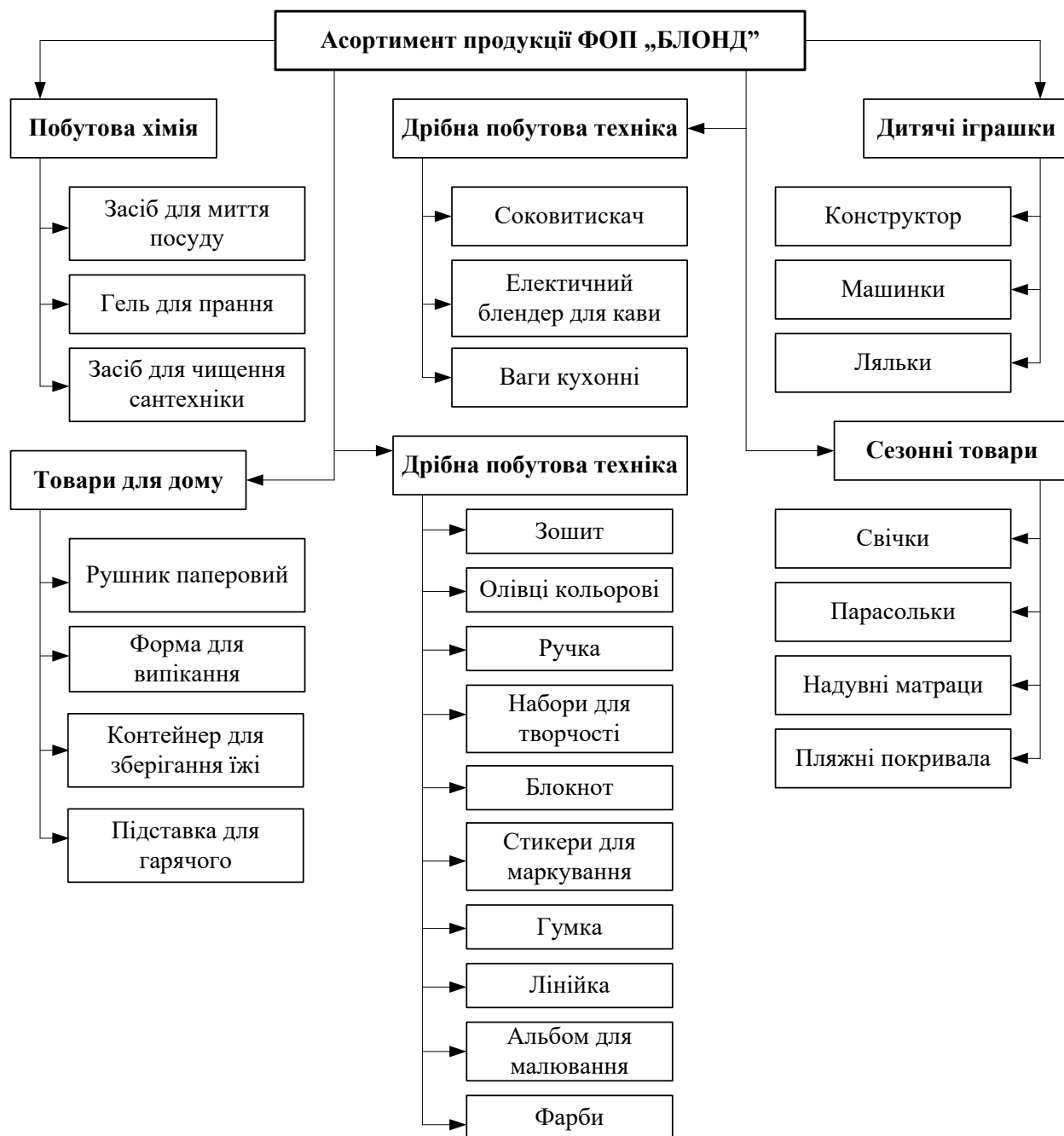


Рис. А.1. Асортимент продукції ФОП «БЛОНД»